

Checkliste für monatliche Twitter Task

Soziale Medien sind die am schnellsten wachsende und aktivste Plattform für Werbeträger in der heutigen Zeit. Kunden und solche, die es werden sollen, interagieren direkt mit dem Unternehmen und interessante Beiträge werden mit Abonnenten und Followern geteilt. Unsere monatliche Twitter Task Checkliste soll dir dabei helfen, deine Social Media Kampagne strukturiert und auswertbar zu halten.

Planung für den nächsten Monat



Ziele festlegen

Was sind die Ziele deiner Twitter-Kampagne? Likes, Retweets, Views, Leads, Clicks? Lege deine monatlichen Ziele klar und deutlich fest.



Versprechen einlösen

Hast du bestimmte Inhalte, Info-Veranstaltungen angekündigt? Lege geplante Tweets fest.



Eventplanung

Welche Live-Events, Chats, AMA (Ask me anything) sollen im kommenden Monat stattfinden?



Content

Deine Tweets brauchen Inhalte. Sorge dafür, dass der Content bereit ist: Blog-Artikel, Fotos, Videos, Produktinformationen, ZDF (Zahlen, Daten, Fakten)



Keyword-Recherche

Welche Keywords und Hashtags trenden, welche davon passen zu deinen Inhalten?



Anpassungen der Kampagne

Welche Tweets haben in der Vergangenheit die meisten Interaktionen erhalten? Richte deine Kampagne entsprechend aus:

Ignorierte Tweets sind Zeitverschwendung, erfolgreiche Tweets sind Mustervorlagen. Achte auch auf die Zeit: Zu welcher Tageszeit waren deine Tweets am erfolgreichsten, an welchen Wochentagen?



Kontoauftritt

Halte deine Informationen stets aktuell: Profilbild, Profilinfo, Titelbild

Checkliste für monatliche Twitter Task

Durchführung des aktuellen Monats



Zuverlässigkeit, Regelmäßigkeit

Autotweets, die automatisch veröffentlicht werden, lassen deinen Auftritt vorhersehbar werden, die Follower können sich darauf verlassen, dass es zu festen Zeiten News gibt.



Reaktionsfreudigkeit

Lege ein Zeitfenster fest, in dem du auf Kommentare und Fragen zu deinen Tweets sofort reagierst.



Recycling

Kannst du besonders erfolgreiche Tweets umformulieren und noch einmal abschicken?



Progressive Interaktion

Interagiere mit Tweets zu ähnlichen oder gleichen Themen, kommentiere sie ohne dabei direkt Werbung für dich zu machen. Liefere stattdessen vertrauenswürdigen Mehrwert.



Fallstrick Betriebsblindheit

Deine Tweets richten sich an deine Kunden, nicht an deine Mitbewerber: Schreibe sie nicht aus deiner Sicht, sondern mit der Maßgabe, was deine Kunden interessiert.



Professionelle Nähe

Wahre die professionelle Distanz und werde nicht zu persönlich, aber sei trotzdem für deine Follower als Mensch erkennbar. Mit gelegentlichen Alltagstweets von deiner Arbeit wirkst du authentischer.

Checkliste für monatliche Twitter Task

Analyse des vergangenen Monats



Zielerreichung

Analysiere schonungslos ehrlich, welche deiner Ziele du erreicht hast und welche nicht. Welche Ziele hast du übertroffen und warum? Was hat das Erreichen von Zielen verhindert? Scheue dich nicht, bei der Konkurrenz zu schauen, was sie anders machen.



Keyword-Analyse

Welche deiner Keywords haben gezogen, welche wurden nicht beachtet?



Corporate Identity

Haben deine Tweets dein Unternehmen repräsentiert und deine Ziele reflektiert?
Steht dein Unternehmen für das, was deine Tweets dargestellt haben?



Interaktionsanalyse

Haben Kommentare lange auf Antwort warten müssen? Setze dir als Ziel, alle Fragen innerhalb eines Arbeitstages zu beantworten, notfalls passe deine Tweetzeit an.



Nutze Analysetools

Tools liefern dir Ergebnisse zu Reichweite und Interaktionen deiner Tweets sowie dazu, bei welchen Suchen deine Tweets angezeigt wurden. Sie geben auch Einblick darüber, wie viele Follower und wie viele Neue deine Tweets gesehen haben, welche Tweets wie viele neue Follower generiert haben. Auch Twitter Ads haben ein Analysetool, das dir den Erfolg deiner Werbekampagne darstellt.

Checkliste für monatliche Twitter Task

Checkliste für die Tweets



Aussagekräftiger Titel

Wenn ein Tweet sofort mit einem Textblock beginnt, scrollen viele einfach drüber. Beginne deinen Tweet mit einem aussagekräftigen Titel, der möglichst nur eine Zeile braucht. Wenn du einen Tweet schreibst: Lege erst den Titel als Schlagzeile fest und fülle dann das Thema aus, schreibe nicht den Titel zuletzt.



Call to Action

Bringe deine Follower mit zielgerichteten Sätzen zur Interaktion. Dies kann eine Frage sein (auch als Titel möglich) oder ein Verweis auf weiterführende Informationen. Vermeide dabei Formulierungen, wie «Klicke hier».



Foto cropping

Schneide deine Fotos so zurecht, dass das Wichtigste bereits in der Vorschau zu sehen ist. Vermeide schwarze Balken. Notfalls nutze einen Dummy-Account, auf dem du austesten kannst, wie deine Bilder auf PCs, Handys usw. aussehen.



Smileys

Für die meisten Themen sind Smileys ein absolutes No-Go. Achte auf die emotionale Seite deiner Themen und schau dir deine Zielgruppe an: Gibt es bestimmte Smileys, mit denen man «dazu gehört»?



Anfüttern

Wenn du bereits eine große Follower-Basis hast, kannst du wichtige Themen vorab andeuten. Ist ein neues Produkt auf dem Weg, von dem du absolut überzeugt bist, kann ein kurzer Freudentweet die Follower neugierig auf mehr machen.

Generell

Habe keine Angst, notfalls deine Kampagne noch einmal komplett neu aufzusetzen.