

Erschließen Sie das B2B-Potenzial von Pinterest

Pinterest hat mehr als 250 Millionen monatliche Nutzer¹ - aber nur 25% der B2B-Vermarkter nutzen derzeit den Kanal².

250 Mio.

monatliche Benutzer

Entdecken Sie Ihr Zielpublikum und aktivieren Sie es.

 **67%**

der Pinner sagen, dass sie eine neue Marke oder ein neues Produkt aus Geschäftsinhalten auf Pinterest entdeckt haben.³

 **72%**

der Personen auf Pinterest sagen, dass Inhalte von Marken nützlich sind.⁴

 **1,5 Mio.**

Unternehmen finden sich auf Pinterest, von benachbarten Bäckereien bis hin zu großen B2B-Unternehmen.⁵

Pins werden durch die Entdeckung und Suche angetrieben. Benutzer möchten für später das speichern, was sie auf Pinterest finden, was bedeutet, dass Pinterest-Inhalte eine längere "Haltbarkeit" haben als Beiträge aus Echtzeit-Feeds.

Helfen Sie Nutzern, mit Ihren Inhalten zu interagieren:



Fügen Sie die Schaltfläche "Speichern" hinzu, damit Besucher Ihre Inhalte einfach "pinnen" können. Andere Pinner können sie auch sehen!



Fügen Sie Ihrer Website ein Pinterest-Widget hinzu, um Pins, Boards oder Ihr Pinterest-Profil anzuzeigen.

Pinterest-Anwender haben eine höhere Kaufkraft.⁶



40% haben ein Haushaltseinkommen von

\$100k+

Pinterest fördert signifikanten Referral-Traffic

5%



des gesamten Referral-Traffics auf Websites kommt von Pinterest - höher als Twitter, Reddit, StumbleUpon und an zweiter Stelle nach Facebook.⁷

Pinterest macht es Ihnen leicht, Ihr Unternehmen und Ihre Marke mit einer Vielzahl von Funktionen zu bewerben.



Rich Pins

Rich Pins füttern Echtzeitinformationen über ein Produkt direkt auf einen "gepinnten" Beitrag (z.B. Lagerbestände, Preise) und verlinken direkt auf die Produktseite auf Ihrer Website. Sie können auch zur Vorschau von Inhalten mit einem "Weiterlesen"-CTA verwendet werden, um den Traffic auf Ihre Website zu steigern.

Pinterest treibt die Conversion voran

6x

mehr Conversions aus Pinterest Referrals⁸

5x

mehr Anmeldungen von Pinterest Referral⁹

Pinterest Analytics bietet einen Einblick in Ihre Zielgruppe und deren Präferenzen:



Erkunden Sie die demografische Entwicklung Ihres Publikums und finden Sie heraus, welche anderen Themen für Ihr Unternehmen von Interesse sind.



Verstehen Sie, wie Menschen mit Ihren Inhalten interagieren und welche Pins am besten funktionieren.



Analysieren Sie den Referral-Traffic und wie Benutzer mit den Save-Buttons Ihrer Website interagieren.

Pinterest beeinflusst Kaufentscheidungen

 **93%**

der Pinner nutzen Pinterest, um Einkäufe zu planen.¹⁰

 **87%**

der Pinner haben etwas wegen Pinterest gekauft.¹¹

 **1 aus 2**

Jeder Zweite hat einen Kauf getätigt, nachdem er einen beworbenen Pin gesehen hat.

Pinterest-Anwender genießen es einfach, Pinterest zu nutzen und sehen es als einen festen Bestandteil ihres täglichen Lebens. Unter den Befragten, die Pinterest in den letzten 6 Monaten aktiv genutzt haben:

96% 

gaben 96% an, dass sie Pinterest zur Recherche und Informationsbeschaffung nutzen.¹³

2x 

sind der Meinung, dass die Zeit für Pinterest im Vergleich zu anderen Plattformen doppelt so gut genutzt wird im Vergleich zu anderen Plattformen.¹⁴

61% 

gaben 61% an, dass sie Ideen finden, die ihnen helfen, sie selbst zu sein (höher als alle anderen Plattformen).¹⁵

^{1,4,5} Pinterest, "250 million people now use Pinterest each month", September 2018

² Content Marketing Institute, "B2B Content Marketing: 2016 Benchmarks, Budgets, and Trends—North America", September 2015

³ Pinterest, "Why advertise on Pinterest?", accessed November 2018

⁶ ComScore, US data, June 2017

⁷ Pinterest, "10 reasons why your business needs to be on Pinterest", September 2015

^{8,9} Pinterest, "Increase conversions with Pinterest Marketing", accessed November 2018

^{10,11,12} Pinterest, "Increase sales with Pinterest", accessed November 2018

^{13,14,15} Kantar Millward Brown, "Pinterest and the Power of Future Intent", May 2015