



2022

**TWITTER
PLANNER**

@TwitterBusiness

Inhalt

Erste Schritte

- Im Voraus planen
- Entwickle deinen eigenen Twitter Style
- Tweets für einen ganzen Monat

Monatliche Planung

- Monatliche Ziele
- Monatliche organische Tweets
- Monatliche Promoted Ads
- Monatliche Reflexion

Nützliche Quellen

- Expertentipps
- Best Practices für Creatives
- Verfasse kreative Tweets
- Ideen für Website-Buttons
- Ideen für Carousel-Anzeigen
- Hashtags für jeden Tag
- Ideen für Twitter Umfragen
- Denkanstöße für Videos
- Twitter Ads Targeting
- Kampagnenoptimierung
- Erstelle deine Twitter Ads

Erste Schritte

Im Voraus planen

Überlege dir die wichtigsten Momente, Anlässe und Ereignisse, mit denen deine Marke in diesem Jahr in Verbindung gebracht werden kann

Erstelle deinen Kalender mit wichtigen Ereignissen und Anlässen

Inspiration findest du im Marketingkalender 2022 auf business.twitter.com



JAN

JUL

FEB

AUG

MÄR

SEP

APR

OKT

MAI

NOV

JUN

DEZ

Entwickle deinen eigenen Twitter Style

01 Setze einen Rahmen

Definiere allgemeine Richtlinien für deine Tweets. Dies schafft einen sicheren Raum für deine Kreativität

Text

Wörter, Phrasen und Themen, die enthalten sein sollten

Medien

Dinge die in Bildern oder Videos enthalten sein sollten

Emojis

Emojis, die genutzt werden sollten

Wörter, Phrasen und Themen, die NICHT enthalten sein sollten
(Namen von Mitbewerbern? Alte Firmenslogans)

Dinge die NICHT in Bildern oder Videos enthalten sein sollten (Lizenziertes Material? Ist das Innere einer Bar in Ordnung, aber geht ein Bild einer Person, die Alkohol trinkt, zu weit?)

Emojis, die NICHT genutzt werden sollten
(Waffen? Geschlechter-Darstellung?)

Spice-o-meter: 🌶️ 🌶️🌶️ 🌶️🌶️🌶️

Klicke hier, um weitere Arbeitsblätter herunterzuladen 

Entwickle deinen eigenen Twitter Style

01 Setze einen Rahmen

Definiere allgemeine Richtlinien für deine Tweets. Dies schafft einen sicheren Raum für deine Kreativität

Wenn deine Marke eine Person wäre, ...

Ihr Lieblingsrestaurant wäre _____

Ihr Standard-Outfit wäre _____

Ihr Slogan wäre _____

Ihr bevorzugtes Emoji wäre _____

Im Café wäre ihre erste Wahl immer _____

Als Hintergrundbild auf dem Handy hätte sie _____

Ihre meistgewählte Rufnummer wäre die von _____

Ihr Haustier wäre ein _____ namens _____

Ihr Lieblings-Album wäre _____

Konkret gesagt: Wie würde sie wirken?

Durch die Interaktion mit unserer Marke sollen die Leute das Gefühl haben, _____

Zwei Begriffe, die mir zu diesem Gefühl einfallen, sind _____ und _____

Eine Marke, die mir dieses Gefühl gibt, ist _____

Der Tonfall dieser Marke ist _____ und _____

Zeichne ein Portrait

Wie würde deine Marke als Mensch aussehen?

Klicke hier, um weitere Arbeitsblätter herunterzuladen 

Tweets für einen ganzen Monat

Für einen leichteren Einstieg, haben wir einige Ideen zusammengestellt – nutze den zusätzlichen Platz für deine eigenen Notizen

Montag

Dienstag

Mittwoch

Donnerstag

Freitag



Häufig gestellte Fragen



Retweeten



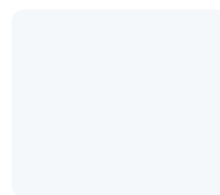
Profitipp



Retweeten mit Kommentar



Blick hinter die Kulissen



MotivationMonday



Wichtiger Inhalt



Gif



Statistik



Meme



Twitter Umfrage



Stelle eine Frage



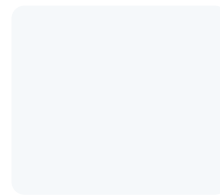
WednesdayWisdom



Erfolgreicher Tweet



Shoutout



Positive Markennews



UGC



Video



Live gehen



Einzeiler



[Klicke hier, um weitere Arbeitsblätter herunterzuladen](#)

Monatliche Planung

Hauptziele

Blank area for entering main goals.

So erreicht man sie

Blank area for describing how to achieve the goals.

Twitter Metriken

	Tweets	Impressionen	Profilbesuche	Erwähnungen	Neue Follower
Ziele					
Ergebnisse					

[Gehe zu Twitter Analytics](#) 

2022 JAN

Organische Tweets

Plane deine organischen Tweets und dein Community-Management für den kommenden Monat



Montag	Dienstag	Mittwoch	Donnerstag	Freitag	Samstag	Sonntag
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30
31						

Behalte diese Punkte im Blick

Plane deine Promoted Ads für deine kommenden Kampagnen



Montag	Dienstag	Mittwoch	Donnerstag	Freitag	Samstag	Sonntag
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30
31						

Behalte diese Punkte im Blick

**20
22** JAN

Reflektieren

Was funktioniert hat

Was nicht so gut funktioniert hat

Erkenntnisse und Chancen

Hauptziele

--

So erreicht man sie

--

Twitter Metriken

	Tweets	Impressionen	Profilbesuche	Erwähnungen	Neue Follower
Ziele					
Ergebnisse					

[Gehe zu Twitter Analytics](#) 

2022 FEB

Organische Tweets

Plane deine organischen Tweets und dein Community-Management für den kommenden Monat



Montag	Dienstag	Mittwoch	Donnerstag	Freitag	Samstag	Sonntag
	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28						

Behalte diese Punkte im Blick

Plane deine Promoted Ads für deine kommenden Kampagnen



Montag	Dienstag	Mittwoch	Donnerstag	Freitag	Samstag	Sonntag
	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28						

Behalte diese Punkte im Blick

**20
22 FEB**

Reflektieren

Was funktioniert hat

Was nicht so gut funktioniert hat

Erkenntnisse und Chancen

Hauptziele

--

So erreicht man sie

--

Twitter Metriken

	Tweets	Impressionen	Profilbesuche	Erwähnungen	Neue Follower
Ziele					
Ergebnisse					

[Gehe zu Twitter Analytics](#) 

2022 MÄR

Organische Tweets

Plane deine organischen Tweets und dein Community-Management für den kommenden Monat



Montag	Dienstag	Mittwoch	Donnerstag	Freitag	Samstag	Sonntag
	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30	31			

Behalte diese Punkte im Blick

Plane deine Promoted Ads für deine kommenden Kampagnen



Montag	Dienstag	Mittwoch	Donnerstag	Freitag	Samstag	Sonntag
	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30	31			

Behalte diese Punkte im Blick

2022 MÄR

Reflektieren

Was funktioniert hat

Was nicht so gut funktioniert hat

Erkenntnisse und Chancen

Hauptziele

--

So erreicht man sie

--

Twitter Metriken

	Tweets	Impressionen	Profilbesuche	Erwähnungen	Neue Follower
Ziele					
Ergebnisse					

[Gehe zu Twitter Analytics](#) 

2022 APR

Organische Tweets

Plane deine organischen Tweets und dein Community-Management für den kommenden Monat



Montag

Dienstag

Mittwoch

Donnerstag

Freitag

Samstag

Sonntag

				1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	

Behalte diese Punkte im Blick

Plane deine Promoted Ads für deine kommenden Kampagnen



Montag	Dienstag	Mittwoch	Donnerstag	Freitag	Samstag	Sonntag
				1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	

Behalte diese Punkte im Blick

**20
22 APR**

Reflektieren

Was funktioniert hat

Was nicht so gut funktioniert hat

Erkenntnisse und Chancen

Hauptziele

--

So erreicht man sie

--

Twitter Metriken

	Tweets	Impressionen	Profilbesuche	Erwähnungen	Neue Follower
Ziele					
Ergebnisse					

[Gehe zu Twitter Analytics](#) 

2022 MAI

Organische Tweets

Plane deine organischen Tweets und dein Community-Management für den kommenden Monat



Montag	Dienstag	Mittwoch	Donnerstag	Freitag	Samstag	Sonntag
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	31					

Behalte diese Punkte im Blick

Plane deine Promoted Ads für deine kommenden Kampagnen



Montag	Dienstag	Mittwoch	Donnerstag	Freitag	Samstag	Sonntag
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	31					

Behalte diese Punkte im Blick

**20
22 MAI**

Reflektieren

Was funktioniert hat

Was nicht so gut funktioniert hat

Erkenntnisse und Chancen

Hauptziele

Blank area for main goals.

So erreicht man sie

Blank area for strategies to achieve goals.

Twitter Metriken

	Tweets	Impressionen	Profilbesuche	Erwähnungen	Neue Follower
Ziele					
Ergebnisse					

[Gehe zu Twitter Analytics](#) 

2022 JUN

Organische Tweets

Plane deine organischen Tweets und dein Community-Management für den kommenden Monat



Montag	Dienstag	Mittwoch	Donnerstag	Freitag	Samstag	Sonntag
		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30			

Behalte diese Punkte im Blick

Plane deine Promoted Ads für deine kommenden Kampagnen



Montag	Dienstag	Mittwoch	Donnerstag	Freitag	Samstag	Sonntag
		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30			

Behalte diese Punkte im Blick

**20
22 JUN**

Reflektieren

Was funktioniert hat

Was nicht so gut funktioniert hat

Erkenntnisse und Chancen

Hauptziele

--

So erreicht man sie

--

Twitter Metriken

	Tweets	Impressionen	Profilbesuche	Erwähnungen	Neue Follower
Ziele					
Ergebnisse					

[Gehe zu Twitter Analytics](#) 

2022 JUL

Organische Tweets

Plane deine organischen Tweets und dein Community-Management für den kommenden Monat



Montag	Dienstag	Mittwoch	Donnerstag	Freitag	Samstag	Sonntag
1				2	3	
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	31

Behalte diese Punkte im Blick

Plane deine Promoted Ads für deine kommenden Kampagnen



Montag	Dienstag	Mittwoch	Donnerstag	Freitag	Samstag	Sonntag
1				2	3	
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	31

Behalte diese Punkte im Blick

**20
22 JUL**

Reflektieren

Was funktioniert hat

Was nicht so gut funktioniert hat

Erkenntnisse und Chancen

Hauptziele

--

So erreicht man sie

--

Twitter Metriken

	Tweets	Impressionen	Profilbesuche	Erwähnungen	Neue Follower
Ziele					
Ergebnisse					

[Gehe zu Twitter Analytics](#) 

2022 AUG

Organische Tweets

Plane deine organischen Tweets und dein Community-Management für den kommenden Monat



Montag	Dienstag	Mittwoch	Donnerstag	Freitag	Samstag	Sonntag
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	31				

Behalte diese Punkte im Blick

Plane deine Promoted Ads für deine kommenden Kampagnen



Montag	Dienstag	Mittwoch	Donnerstag	Freitag	Samstag	Sonntag
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	31				

Behalte diese Punkte im Blick

**20
22** AUG

Reflektieren

Was funktioniert hat

Was nicht so gut funktioniert hat

Erkenntnisse und Chancen

Hauptziele

--

So erreicht man sie

--

Twitter Metriken

	Tweets	Impressionen	Profilbesuche	Erwähnungen	Neue Follower
Ziele					
Ergebnisse					

[Gehe zu Twitter Analytics](#) 

2022 SEP

Organische Tweets

Plane deine organischen Tweets und dein Community-Management für den kommenden Monat



Montag	Dienstag	Mittwoch	Donnerstag	Freitag	Samstag	Sonntag
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30		

Behalte diese Punkte im Blick

Plane deine Promoted Ads für deine kommenden Kampagnen



Montag	Dienstag	Mittwoch	Donnerstag	Freitag	Samstag	Sonntag
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30		

Behalte diese Punkte im Blick

**20
22 SEP**

Reflektieren

Was funktioniert hat

Was nicht so gut funktioniert hat

Erkenntnisse und Chancen

Hauptziele

--

So erreicht man sie

--

Twitter Metriken

	Tweets	Impressionen	Profilbesuche	Erwähnungen	Neue Follower
Ziele					
Ergebnisse					

[Gehe zu Twitter Analytics](#) 

2022 OKT

Organische Tweets

Plane deine organischen Tweets und dein Community-Management für den kommenden Monat



Montag	Dienstag	Mittwoch	Donnerstag	Freitag	Samstag	Sonntag
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30
31						

Behalte diese Punkte im Blick

Plane deine Promoted Ads für deine kommenden Kampagnen



Montag	Dienstag	Mittwoch	Donnerstag	Freitag	Samstag	Sonntag
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30
31						

Behalte diese Punkte im Blick

**20
22 OKT**

Reflektieren

Was funktioniert hat

Was nicht so gut funktioniert hat

Erkenntnisse und Chancen

Hauptziele

--

So erreicht man sie

--

Twitter Metriken

	Tweets	Impressionen	Profilbesuche	Erwähnungen	Neue Follower
Ziele					
Ergebnisse					

[Gehe zu Twitter Analytics](#) 

2022 NOV

Organische Tweets

Plane deine organischen Tweets und dein Community-Management für den kommenden Monat



Montag	Dienstag	Mittwoch	Donnerstag	Freitag	Samstag	Sonntag
	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30				

Behalte diese Punkte im Blick

Plane deine Promoted Ads für deine kommenden Kampagnen



Montag	Dienstag	Mittwoch	Donnerstag	Freitag	Samstag	Sonntag
	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30				

Behalte diese Punkte im Blick

**20
22 NOV**

Reflektieren

Was funktioniert hat

Was nicht so gut funktioniert hat

Erkenntnisse und Chancen

Hauptziele

Blank area for main goals.

So erreicht man sie

Blank area for strategies to achieve goals.

Twitter Metriken

	Tweets	Impressionen	Profilbesuche	Erwähnungen	Neue Follower
Ziele					
Ergebnisse					

[Gehe zu Twitter Analytics](#) 

Plane deine organischen Tweets und dein Community-Management für den kommenden Monat



Montag	Dienstag	Mittwoch	Donnerstag	Freitag	Samstag	Sonntag
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	31	

Behalte diese Punkte im Blick

Plane deine Promoted Ads für deine kommenden Kampagnen



Montag	Dienstag	Mittwoch	Donnerstag	Freitag	Samstag	Sonntag
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	31	

Behalte diese Punkte im Blick

**20
22 DEZ**

Reflektieren

Was funktioniert hat

Was nicht so gut funktioniert hat

Erkenntnisse und Chancen

Nützliche Quellen

#Expertentipps

Aktualisiere dein Profil

Ein aktuelles Profil zeigt deiner Zielgruppe, was bei deiner Marke los ist

Verwende Rich Media

Bilder, GIFs oder kurze Videos sorgen für höhere Interaktionsraten

Erstelle Listen

Angepasste Timelines mit Tweets von den Accounts, die du aufnehmen möchtest

Arbeite mit Twitter Tools

Sorge mit Threads, Umfragen oder Spaces für mehr Interaktion

Praktische Tipps, die du direkt umsetzen kannst, wenn du deine Präsenz auf Twitter flexibel anpassen und stärken möchtest

Benutze Website-Buttons

Damit erhältst du mehr organische Klicks als mit einer einfachen URL in einem Tweet

Experimentiere mit Text und Creatives

Geh nicht einfach davon aus, dass eine Variante für alle passt: Verschiedene Zielgruppen interagieren unterschiedlich mit deinen Tweets

Sprich Zielgruppen kreativ an

Erweitere deine Targeting-Strategie, indem du deine Reichweite erhöhst

Teste verschiedene CTAs

Hebe deine Tweets hervor und lerne, was deine Zielgruppe am besten zum Handeln bewegt

Teste und optimiere

Probieren geht über studieren: Durch Tests findest du heraus, was für dich und deine Kampagnen funktioniert

Videokampagnen

Mit einem Video bleibt deine Botschaft besser im Gedächtnis

Best Practices für Creatives

Lass deine Creatives herausstechen

Ausgezeichnete Tweet-Texte:

- prägnant und auf den Punkt gebracht
- mit einem Call-to-Action (CTA)
- menschlich und dialogorientiert
- Rabatte in % (nicht als Währungsbetrag)
- mit Gefühl der Dringlichkeit (z. B. „nur für begrenzte Zeit“)
- vermeide irrelevante Hashtags, die nur ablenken

Ausgezeichnete Tweet-Bilder:

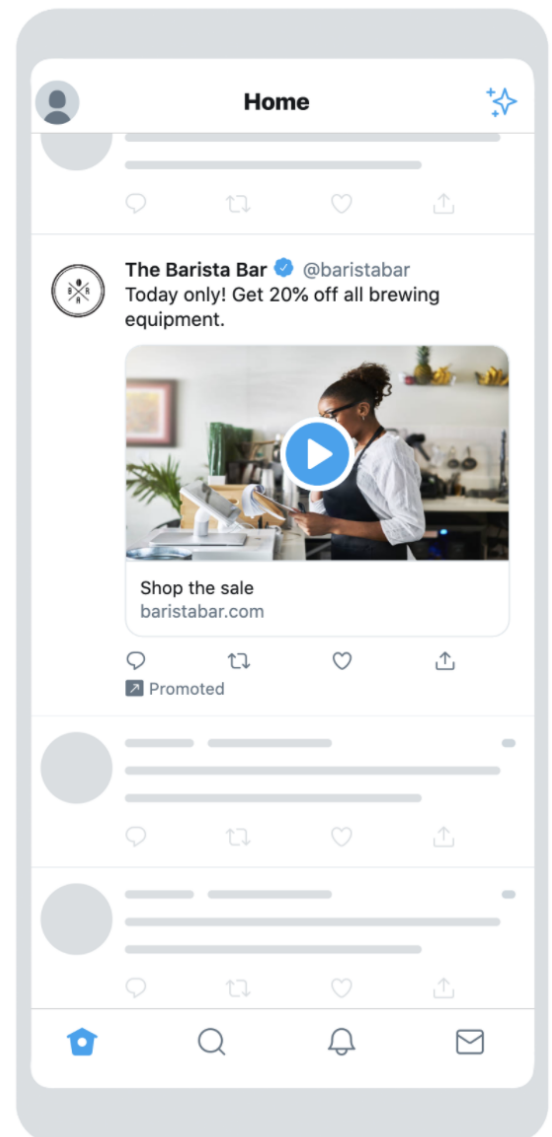
- klar und nicht verpixelt
- wenig Text
- zentraler Fokus
- erzeuge Aufmerksamkeit durch leuchtende Farben, ein menschliches Element oder die Darstellung von Bewegung oder Emotionen

Ausgezeichnete Tweet-Videos:

- 15 Sekunden oder kürzer
- beginne das Video mit einem Produkt
- Untertitel oder eine andere Stummschalt-Strategie
- durchgehende und klare Logoplatzierung
- Branding muss mehr als die Hälfte des Videos einnehmen

Im Vergleich zum Vorjahr ist die Anzahl der Videoaufrufe auf Twitter um 34 % gestiegen, das entspricht 3,5 Milliarden Videoanzeigen pro Tag.

Quelle: interne Daten von Twitter, Januar 2021



Verfasse kreative Tweets

Versuch es mal mit Stift und Papier, bevor du deinen Tweet auf Twitter veröffentlichst

○ @ _____

🗨️ ↻ ❤️ ✉️

○ @ _____

🗨️ ↻ ❤️ ✉️

○ @ _____

🗨️ ↻ ❤️ ✉️

○ @ _____

🗨️ ↻ ❤️ ✉️

○ @ _____

🗨️ ↻ ❤️ ✉️

○ @ _____

🗨️ ↻ ❤️ ✉️

○ @ _____

🗨️ ↻ ❤️ ✉️

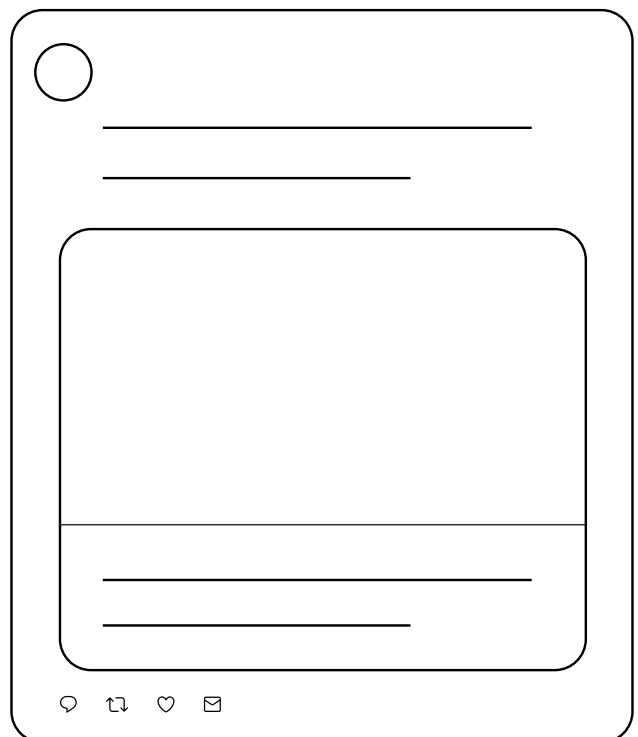
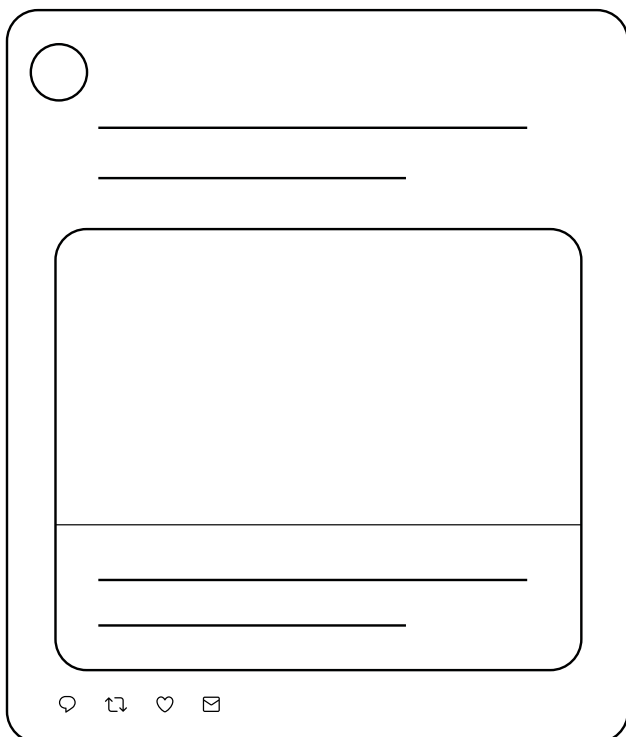
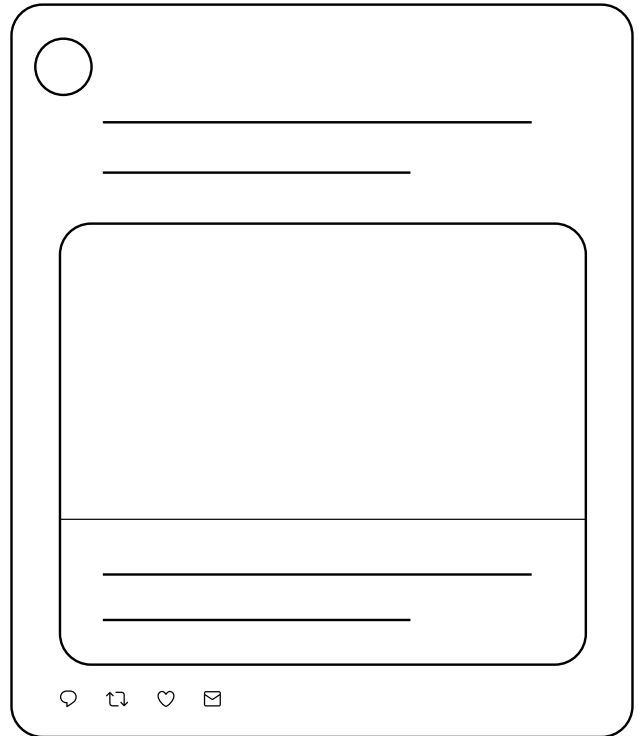
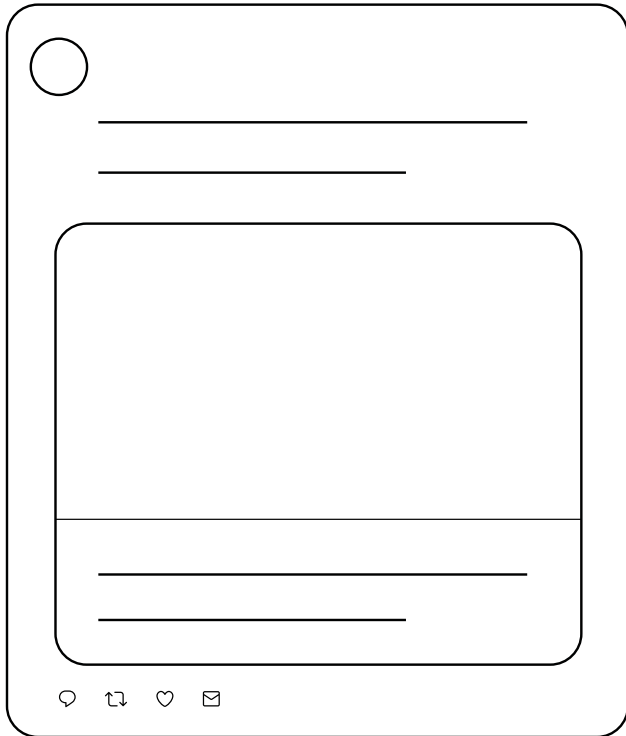
○ @ _____

🗨️ ↻ ❤️ ✉️

[Klicke hier, um weitere Arbeitsblätter herunterzuladen](#) 

Ideen für Website-Buttons

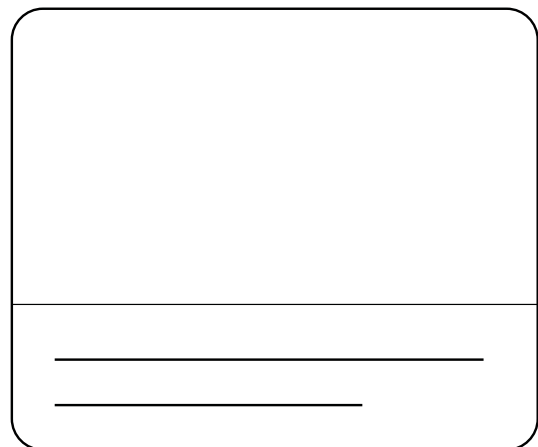
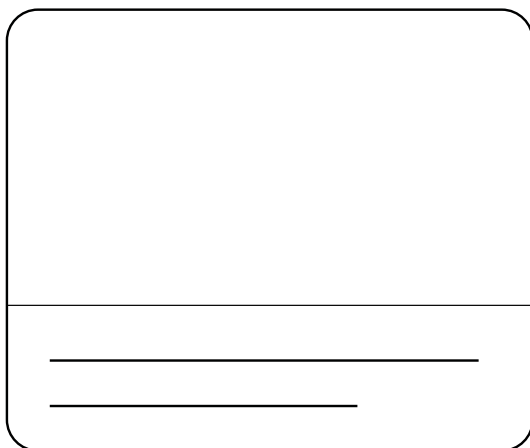
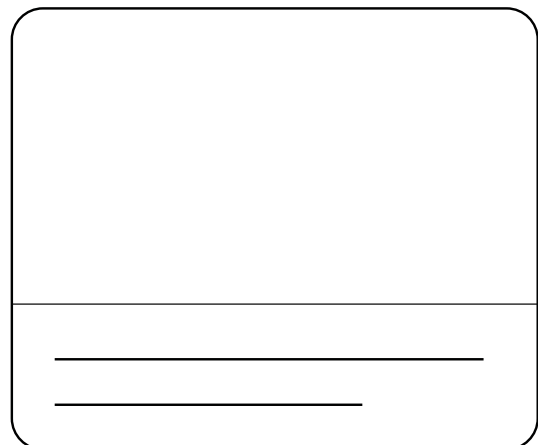
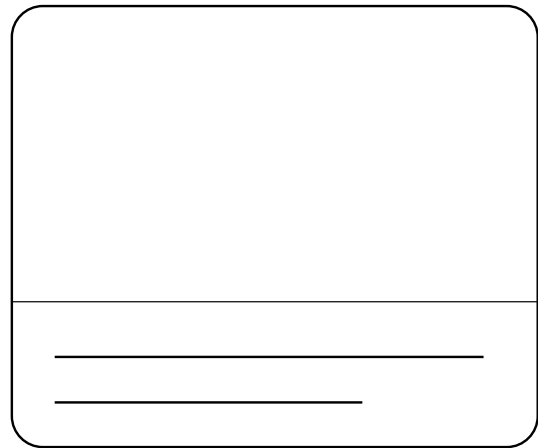
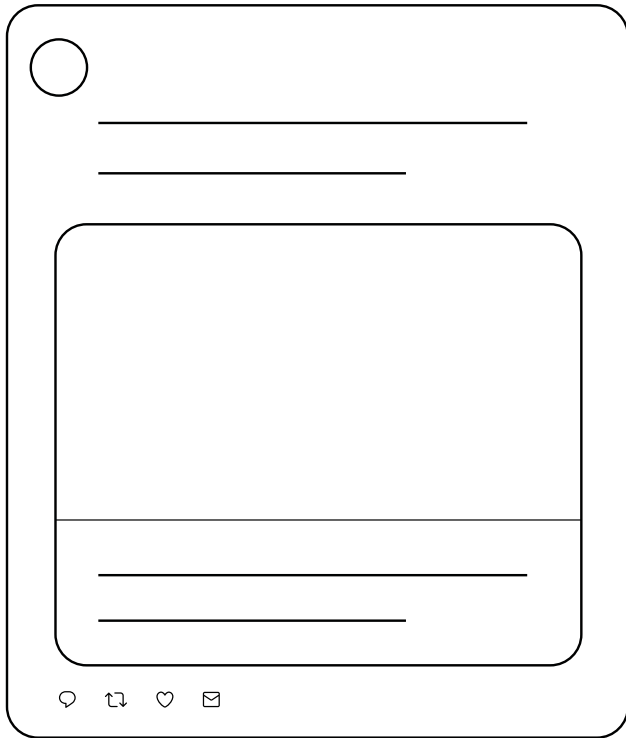
Versuch es mal mit Stift und Papier, bevor du deinen Tweet auf Twitter veröffentlichst



[Klicke hier, um weitere Arbeitsblätter herunterzuladen](#) 

Ideen für Carousel-Anzeigen

Versuch es mal mit Stift und Papier, bevor du deinen Tweet auf Twitter veröffentlichst



[Klicke hier, um mehr über Carousel-Anzeigen zu erfahren](#) 

Hashtags für jeden Tag

Planst du deinen Content-Kalender? Erstelle Tweets, die beliebte, wiederkehrende Hashtags verwenden. Nutze unsere Ideen zur Inspiration. Dann schreibe deine eigene Verwendung für den Hashtag in das leere Feld.

#SundayFunday

- 💡 Letzte Gedanken zum Wochenende
- 💡 Wochenendaktivitäten

#MondayMotivation

- 💡 Motivierende Inhalte
- 💡 Tipps für mehr Produktivität
- 💡 Gute Wünsche für die Arbeitswoche

#TransformationTuesday

- 💡 Entwicklung deiner Marke
- 💡 Vor- und Nachher-Geschichten von Kunden

#WednesdayWisdom

- 💡 Best Practices zu deinem Produkt oder deiner Marke
- 💡 Wochentagsaktivitäten

#TBT (ThrowbackThursday)

- 💡 Entscheidende erste Schritte deines Unternehmens
- 💡 Fun Facts aus der Firmengeschichte

#FridayFeeling

- 💡 Deine Pläne fürs Wochenende
- 💡 Witzige GIFs

#Caturday

- 💡 Bürotiere
- 💡 Nutzerinhalte, die Haustiere mit deinem Produkt zeigen

Klicke hier, um weitere Arbeitsblätter herunterzuladen 

Ideen für Twitter Umfragen

Interagiere mit deiner Zielgruppe auf kreative Weise und zeige eine andere Seite deiner Marke

Erhalte Feedback zu deinem Account

Welche Art von Inhalten möchtest du von unserem Account sehen?

Meinungsführerschaft

Expertentipps

Hinter den Kulissen

Sei lustig

Die besten Freitag-Meetings sind

Kurz und präzise

Vormittags

Abgesagt

Greife Trends auf

Wirst du dir die #Oscars anschauen

Mache mir gerade Popcorn

Könnte ich mir später ansehen

Nö

Erstelle ein Quiz

In welchem Jahr wurden wir gegründet

2005

1999

1982

Erstelle eine Community

Was ist in deiner Tasse heute Morgen?

Kaffee

Tee

Anderes (bitte angeben)

Klicke hier, um weitere Arbeitsblätter herunterzuladen 

Denkanstöße für Videos: Videotypen

Hol das Beste aus deinem Video heraus mit diesen Denkanstößen

Anleitung



Q&A



Live-Video



**Stop
Motion**



**Geschenke-
ratgeber**



**Produkt-
bezogen**



**Kunden-
Spotlight**



Diashow



**Daten-
Visualisierung**



**Vorher
und danach**



Auspacken



**Benutzergenerierter
Inhalt**



[Klicke hier, um mehr über Videos auf Twitter zu erfahren](#) ➤

Twitter Ads Targeting

Suchst du deine Zielgruppe bei Twitter?

Die Zielgruppen-Optionen von Twitter können dir dabei helfen, die richtigen Menschen zur richtigen Zeit zu erreichen.

Zunächst die Grundlagen

Die Optionen in diesem Abschnitt arbeiten mit einer „UND“-Logik zusammen. Das bedeutet, dass du Personen ansprichst, die alle eingegebenen Kriterien erfüllen.

Beispiel: Menschen, die in Kanada leben UND Französisch sprechen UND Mobile-Android-Geräte benutzen

Demografische Faktoren

Geschlecht

Beliebig
Männer
Frauen

Alter

Ort

Sprache

Geräte

Smartphone – iOS
 Smartphone – Android
 Desktop
 Andere Mobilgeräte
 Alle

Weitere Gerätemerkmale
(Anbieter, Gerätemodelle)

Prima! Diese grundlegenden Parameter werden auf den Rest deiner Auswahl angewendet, die wir jetzt ausfüllen werden

Dieser letzte Abschnitt verwendet die „ODER“-Logik, d. h. du wendest dich an Personen, die eines der eingegebenen Kriterien erfüllen.

Beispiel: Menschen, die zu einer benutzerdefinierten Zielgruppe gehören ODER ein bestimmtes Interesse haben ODER zu einem bestimmten Gesprächsthema passen

Benutzerdefinierte Zielgruppen

Lade mit dem Zielgruppenmanager CRM-Listen hoch und verwalte Zielgruppen von deiner Website oder Mobile-App.

[Klicke hier, um mehr über die Targeting-Optionen von Twitter zu erfahren](#) 

Twitter Ads Targeting

Targeting-Funktionen

Keywords

Follower-Lookalikes

Interessen

Zusätzliche Optionen

Möglichkeiten, Kunden per Remarketing erneut anzusprechen und potenzielle Kunden zu überzeugen.

Personen, die deine letzten Tweets gesehen haben

Personen, die deine letzten Tweets gesehen und darauf reagiert haben

organische Tweets

Tweets aus bestimmten Kampagnen

Beides

Kampagnenoptimierung

Erinnere dich an dein ABC der Kampagnenoptimierung
(Audience (Zielgruppe), Bid (Gebot), Creative)

Zielgruppe

- Targeting-Optionen kombinieren
- Gutes Verständnis der Zielgruppe
- Ähnliche Zielgruppen entfernen

Gebot

- Gebotsbetrag regelmäßig anpassen
- In kleinen Schritten steigern
- Performance überwachen

Creative

- Creative regelmäßig aktualisieren
- In breit angelegten Kampagnen testen
- Mit unterschiedlichen Inhalten experimentieren

Warnsignale

- Tagesbudget wird nicht ausgegeben
- Tagesbudget wird zu schnell ausgegeben
- Hohe Kosten
- Niedrige Kampagnenreichweite
- Niedrige Interaktions- oder Klickraten

Erstelle deine Twitter Ads

Erstelle deine Twitter Ads 

Sieh dir unsere Agentur-Ressourcen an 

Unser Blog veröffentlicht regelmäßig neue Marketing und Twitter Beiträge 

Noch Fragen? Wende dich an unser engagiertes Customer Success Team hier 