

Inhalt – Twitter Marketing

Inhalt	3
Vorwort.....	6
Teil 1: Die Grundlagen.....	7
Warum Twitter im Marketing unverzichtbar ist.....	7
Die Relevanz für den deutschen Markt	7
Echtzeit-Kommunikation als Wettbewerbsvorteil	8
Die DNA von Twitter: Kurz, schnell, direkt	8
Die Macht der Kürze	8
Geschwindigkeit als Erfolgsfaktor.....	9
Zielgruppenanalyse auf Twitter.....	9
Demografische Merkmale definieren.....	9
Psychografische Eigenschaften verstehen.....	10
Twitter-Algorithmen verstehen.....	10
Relevanz als Schlüsselfaktor	10
Engagement als Qualitätssignal.....	11
Die Sprache von Twitter	11
Tonalität und Stil	11
Hashtags als Kategorisierungssystem	12
Teil 2: Profil und Markenaufbau.....	12
Das perfekte Twitter-Profil.....	12
Profilbild: Ihr visuelles Markenzeichen	12
Header: Ihre visuelle Bühne.....	12
Bio: Ihre Elevator Pitch.....	13
Storytelling im Profilaufbau	13
Die Bio als Prolog	13
Der Header als visueller Geschichtenerzähler	13
Visuelles Branding auf Twitter	14
Corporate Design als Fundament	14
Bildsprache und Fotografie	14
Authentizität und Markenstimme	15
Die Entwicklung einer Markenstimme	15
Authentizität in der Praxis	15
Dos and Don'ts bei Unternehmensprofilen	16
Die wichtigsten Dos	16
Die kritischen Don'ts	16

Teil 3: Content-Strategie.....	17
Content-Formate auf Twitter	17
Technische Anforderungen und Best Practices.....	17
Der perfekte Tweet.....	17
Die Anatomie eines perfekten Tweets.....	18
Hashtag-Strategie und Timing.....	18
Twitter Threads als Storytelling-Tool	18
Die Macht des seriellen Erzählens	18
Content-Typen und technische Umsetzung.....	19
Memes, Trends und viraler Content.....	19
Verständnis der Meme-Kultur.....	19
Strategien für Meme-Marketing	20
Content-Kalender und Post-Frequenz	20
Entwicklung einer Content-Strategie	20
Optimale Post-Frequenz und Timing.....	21
Teil 4: Community und Engagement.....	21
Followerwachstum: organisch und nachhaltig	21
Strategien für organisches Wachstum.....	21
Influencer-Outreach und Cross-Platform-Promotion.....	22
Dialog statt Monolog.....	22
Community Management Strategien	22
Proaktive Interaktionsstrategien	23
Hashtags strategisch einsetzen.....	23
Hashtag-Kategorien und Strategien	23
Hashtag-Recherche und optimale Nutzung.....	24
Influencer-Marketing auf Twitter	24
Influencer-Identifikation und Kooperationsformen	24
Kampagnen-Entwicklung und Erfolgsmessung	25
Twitter Communities richtig nutzen.....	25
Strategien für Community-Aufbau	25
Teil 5: Werbung, Analyse und Zukunft.....	25
Einführung in Twitter Ads	26
Anzeigenformate und Kampagnentypen	26
Zielgerichtetes Targeting	26
Erweiterte Targeting-Optionen	27
Kampagnenplanung & Budgetierung.....	27
Budget-Allokation und Gebotsstrategie	27

Analyse erfolgreicher Twitter-Kampagnen	28
Fallstudien erfolgreicher Kampagnen	28
Erfolgsfaktoren und Lernpunkte	28
Twitter als Vertriebskanal	29
Social Selling Strategien	29
Twitter Analytics verstehen	30
Wichtige Metriken und ihre Bedeutung	30
Dateninterpretation und Optimierung	30
Tools für Analyse und Automatisierung	31
Spezialisierte Analyse-Tools	31
Best Practices für Tool-Nutzung	31
Rechtliche Rahmenbedingungen in Deutschland	31
Werbekennzeichnung und Transparenz	32
Datenschutz und Urheberrecht	32
Krisenkommunikation auf Twitter	32
Krisenmanagement in der Praxis	33
Nachbereitung und Lernen	33
Langfristige Strategien für nachhaltigen Erfolg	33
Anpassungsfähigkeit und Innovation	34
Community First Ansatz	34
Integration und Datenorientierung	34
Referenzen	35