

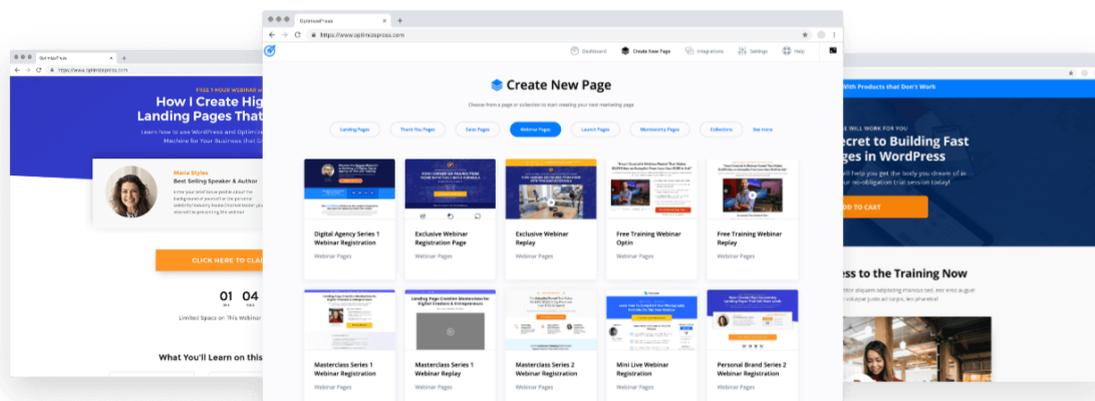
# PINTEREST CHECKLISTE

Schritt-für-Schritt Checkliste, die dir hilft, deine Schwächen deiner Pinterest-Strategie zu diagnostizieren.

## DIE GRUNDLAGE

- Hast du deine Pinterest Marketing Ziele definiert?
- Weißt du, was du erreichen willst und was nicht?
- Hast du deinen idealen Kunden und das Problem, das du für ihn lösen willst, definiert?
- Hast du überprüft, dass deine idealen Kunden Pinterest nutzen?
- Hast du eine Keyword-Recherche durchgeführt, um passende Nischen-Keywords und Hashtags für dein Profil, deine Boards und Pins zu identifizieren?
- Nutzt du einen Pinterest Business Account?
- Am wichtigsten ist, dass du verstehst, wie Pinterest für dienstleistungsbasierte Unternehmen funktioniert?

## [Mein Template & Page-Builder für WordPress](#)



Sichere dir eine \$15 Gutschrift für Tailwind [Klick Hier](#)

## DIE BILDER / DEINE PINS

- Sind deine Pinterest-Grafiken vertikal und im Verhältnis 2:3?
- Sind deine Pins gebrandet?
- Hältst du dich immer an deine Markenschriftarten, Farbschema, Bilder, Designelemente und Layouts?
- Sind ALLE deine Grafiken konsistent in Bezug auf Branding und Design?
- Sind deine Bilder gestochen scharf, klar und qualitativ hochwertig?
- Ist dein Text-Overlay gut lesbar (besonders auf dem Handy)?
- Benennst du deine Pinterest-Grafiken mit Schlüsselwörtern und nicht mit allgemeinen Namen?
- Deine Pins sind eine Erweiterung deiner Website und deines Brandings - ist der Übergang von deinen Pins zu deiner Website fließend?

**Kennst du schon mein Jetset Affiliate System? [Mehr infos](#)**

## DER INHALT

- Enthält dein Profiltitel den Namen deines Unternehmens?
- Ist dein Profilfoto ein hochwertiges, klares und helles Foto von dir (kein Logo/Selfie)?
- Gibt deine Pinterest-Bio deine Mission an: was du tust und für wen du es tust?
- Enthält deine Bio 2-3 Keywords?
- Ist deine Pinterest-URL konsistent mit deinen anderen Social-Media-Handles?
- Hast du deine Website verifiziert? Hier habe ich meine Domains [Klick Hier](#)
- Hast du Rich Pins aktiviert?
- Hast du ein Brand Board ausschließlich für deine eigenen Inhalte eingerichtet?

**Sichere dir eine \$15 Gutschrift für Tailwind [Klick Hier](#)**

- Sind alle deine Boards relevant für deinen idealen Kunden und sein Problem?
- Sind deine Board-Titel aussagekräftig und richtig verschlagwortet (keine niedlichen, ausgefallenen oder kryptischen Board-Namen)?
- Hat jedes Board eine Kategorie und eine verschlagwortete Beschreibung?
- Sind deine Pin-Beschreibungen unterhaltsam?
- Enthalten sie mindestens 2-3 relevante Keywords und 2 Hashtags?
- Ermuntern deine Pin-Beschreibungen das Publikum mit einem Call to Action zum Klicken?
- Hat jeder Pin einen verschlagworteten Pin-Titel?
- Erstellst du mindestens zwei Sätze von Grafiken und Beschreibungen für jeden Inhalt?
- Führen alle deine Pins zu Beiträgen oder Landingpages, anstatt zu einer allgemeinen Homepage?

Mein eMail Marketing Tool [KLICK HIER](#)



Sichere dir eine \$15 Gutschrift für Tailwind [Klick Hier](#)

## DIE KONSISTENZ

- Hast du einen Marketingplan erstellt, der auf deinen Zielen basiert?
- Besteht dein Marketingplan aus realistischen, umsetzbaren und messbaren Aufgaben?
- Folgst du diesem Marketingplan mindestens ein Quartal lang, bevor du Änderungen vornimmst?
- Hast du die tägliche Anzahl von Pins festgelegt und auf welche Boards du sie pinnst?
- Pinst du mindestens 5 Pins pro Tag, jeden Tag?
- Nutzt du Tailwind, um Pins zu planen, dein Pinnen zu automatisieren und Pinterest zu vereinfachen?
- Pinst du Inhalte für deine idealen Kunden vs. das, was dich anspricht?
- Überprüfst du, ob Pins zu sicheren und legitimen Quellen führen, bevor du sie pinnst?
- Teilst du die Inhalte anderer Leute?
- Verbringst du mehr als 5 Stunden pro Monat auf Pinterest?  
Sofern Pinterest nicht dein Job ist, deuten 5+ Stunden pro Monat darauf hin, dass du Pinterest nicht so effektiv nutzt, wie du es könntest.
- Wenn es um Metriken geht, konzentrierst du dich auf Saves, Click-Throughs und Traffic (im Gegensatz zu Vanity Metriken)?
- Bist du in Tailwind Tribes oder Gruppenboards, die für deine Nische, deine idealen Kunden und Angebote relevant sind?
- Nimmst du in diesen Tribes und Boards aktiv teil?

wenn du alles umgesetzt hast hast du es geschafft.

Pinterest schickt Besucher auf deine Website, deine Website muss diese Besucher konvertieren. Hast du die Top 3 Ziele für deine

Website definiert (z.B. Opt-Ins, Beratungsgespräch buchen, einen Kurs kaufen?)

Besucher haben verschiedene Einstiegspunkte. Hast du die Aktionen definiert, die dein Besucher auf jeder Seite deiner Website ausführen soll?

Hast du die Reise deines Kunden aufgezeichnet? Was sind die Touchpoints? Die Client Journey sind die Schritte, die dein Besucher machen muss, um vom Besucher zum Abonnenten oder Lead und vom Abonnenten/Lead zum Kunden zu werden.

Hast du Conversion-Taktiken implementiert, die auf deinen Website-Zielen und der Client Journey basieren (z.B. strategische Platzierung von Opt-in-Formularen, Wiederholungen, faszinierende CTAs, ?

Verfolgst du deine Abonnenten und Leads, nachdem sie sich angemeldet haben? Vergraule deine Leute nicht!



IMPRESSUM:

Michael Kotzur

8345 NW 66 ST # C9347

MIAMI, FL 33166-2696

<https://michael-kotzur.com/>

**Sichere dir eine \$15 Gutschrift für Tailwind [Klick Hier](#)**