

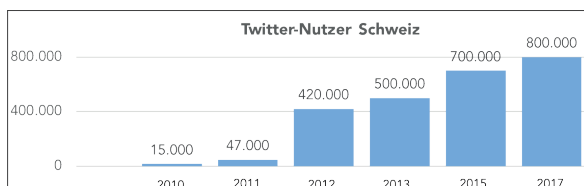


# Twitter

Neben LinkedIn und Facebook forcieren B2B-Unternehmen häufig Twitter zur Veröffentlichung Ihres Contents. Twitter bietet Ihnen dabei lediglich Platz für 140 Zeichen zur Beitragserstellung, mit dem Vorteil, dass nur substantielle Contents publiziert werden.

## ZIELGRUPPEN

65 % der Fortune Top 100 Unternehmen nutzen einen Twitter-Account, 77 % der B2B-Unternehmen veröffentlichen ihren Content auf Twitter. Im Vergleich zu Facebook befinden sich relativ wenig User auf Twitter. Jedoch treffen Sie hier auf eine **relevante Zielgruppe** für Ihr B2B-Unternehmen. Twitter verzeichnet dabei jedes Jahr ein beachtliches **Wachstum** der Useranzahl.\*



## ANWENDUNGSSZENARIOEN

Kongruent zu Social Media Plattformen wie Facebook oder LinkedIn lässt sich die Reichweite auf Twitter zum einen mit **organischen Beiträgen** steigern, zum anderen können hierfür sogenannte **advertising campaigns** eingesetzt werden. **Targeting-Optionen** gewährleisten eine relevante Zielgruppenansprache. Twitter ist ein **Kurznachrichtendienst**, was konkret die Beitragsbegrenzung auf 140 Zeichen bedeutet. Somit kann Ihr Unternehmen die Zielgruppe anhand von kurzen Tweets bspw. über Unternehmens- und Produktnews informieren. Zudem ist es erstrebenswert, die Awareness des Unternehmens durch **Aktivitäten** in Listen, Gruppen oder dem sogenannten Retweeten zu steigern.

## TWITTER POST

Der nachfolgende Twitter-Post zeigt einen Bild-Beitrag mit Kurznachrichten-Charakter.



- Twitter ist ein Kurznachrichtendienst und verhindert ein Abschweifen vom Thema
- Diverse Möglichkeiten zur Veröffentlichung von Bild- und Videomaterial
- Aneignen einer Expertenrolle durch Aktivitäten in Listen und Gruppen
- Geeignet für schnelles Tweeten von News
- Für ausführliches Story-Telling eignen sich bspw. Facebook oder Instagram

\*Quelle: Statista