



# Kundeneinblicke 2016: Der Wert eines Followers

TWITTER + RESEARCH NOW WHITEPAPER

[business.twitter.com](http://business.twitter.com) | @TwitterBusiness

Foto von @Ryozan\_Park

Auf Twitter gehen Nutzer ihren **LEIDENSCHAFTEN** nach, teilen ihre **MEINUNGEN** und erfahren, was gerade in der **WELT** passiert.

//////////

Und weil Nutzer auf Twitter oft auf **ENTDECKUNGSREISE** gehen, suchen sie auch nach neuen Unternehmen, denen sie **FOLGEN** und mit denen sie **INTERAGIEREN** können.

//////////

Wir haben in Partnerschaft mit dem Forschungsunternehmen **RESEARCH NOW** untersucht, wie Nutzer Unternehmen auf Twitter entdecken und welche, für diese Unternehmen vorteilhaften Schritte, sie dann vornehmen.

Wir haben über **5.450** Personen aus der ganzen Welt  
befragt, die einem SMB auf Twitter folgen.



5.450 Umfrageteilnehmer

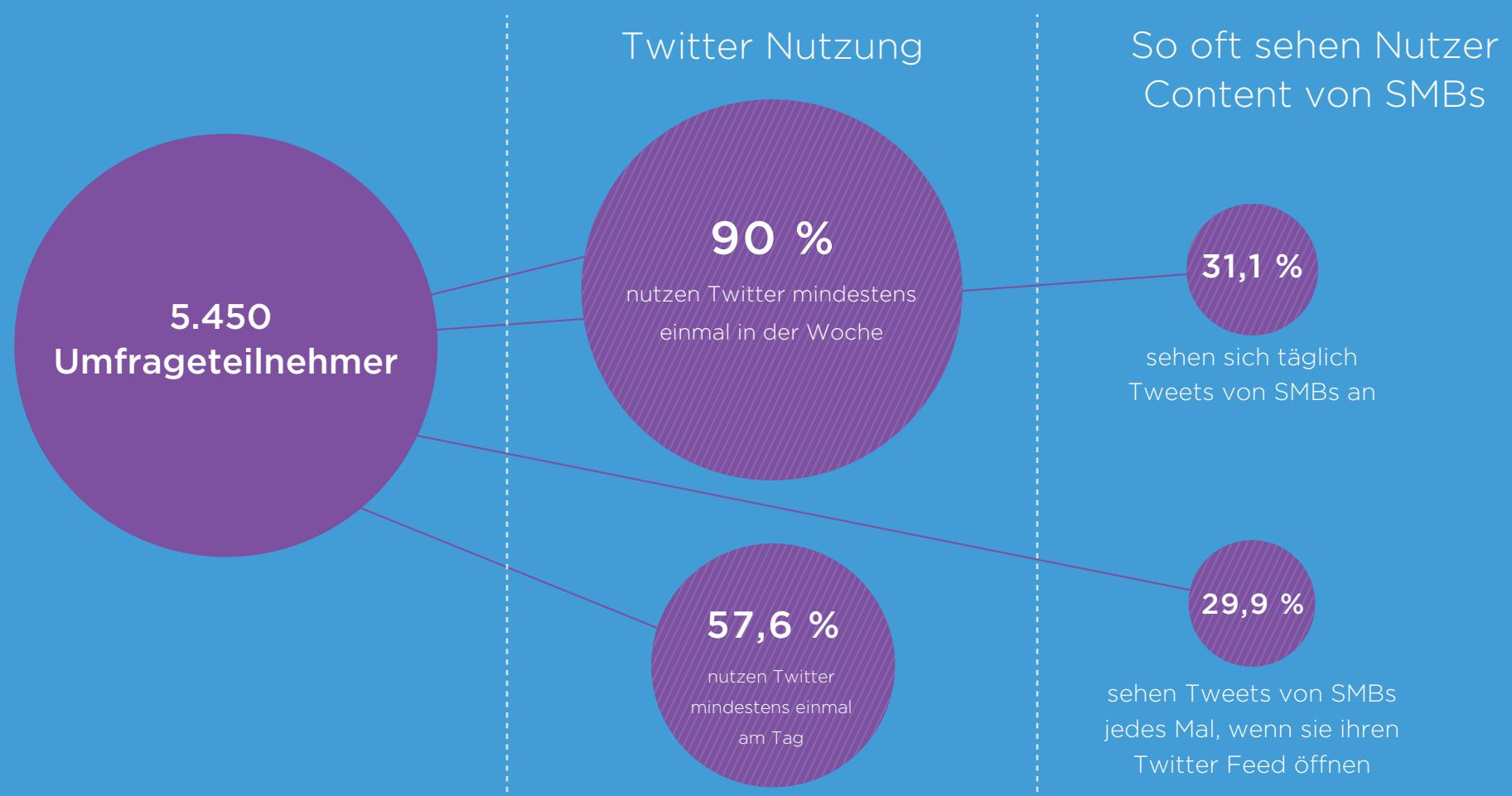


aus der ganzen Welt\*



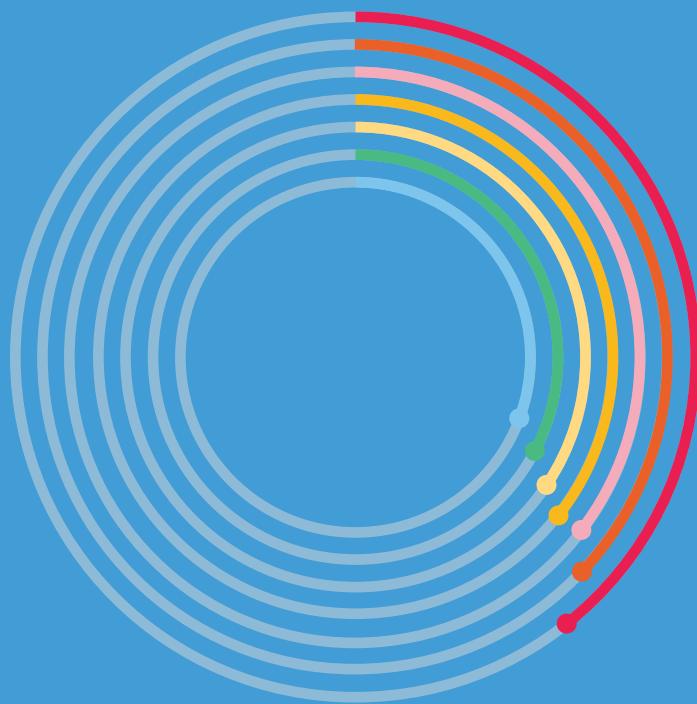
folgen einem SMB\*\* auf Twitter

Auf Twitter möchten Nutzer ihren Interessen und Neigungen nachgehen. Und dazu gehören auch SMBs.



Auf Twitter gehen Nutzer auf Entdeckungsreise.  
**66,4 %** der Umfrageteilnehmer geben an, dass sie auf Twitter ein neues SMB entdeckt haben.

Nutzer entdecken Unternehmen auf Twitter auf unterschiedliche Weise\*

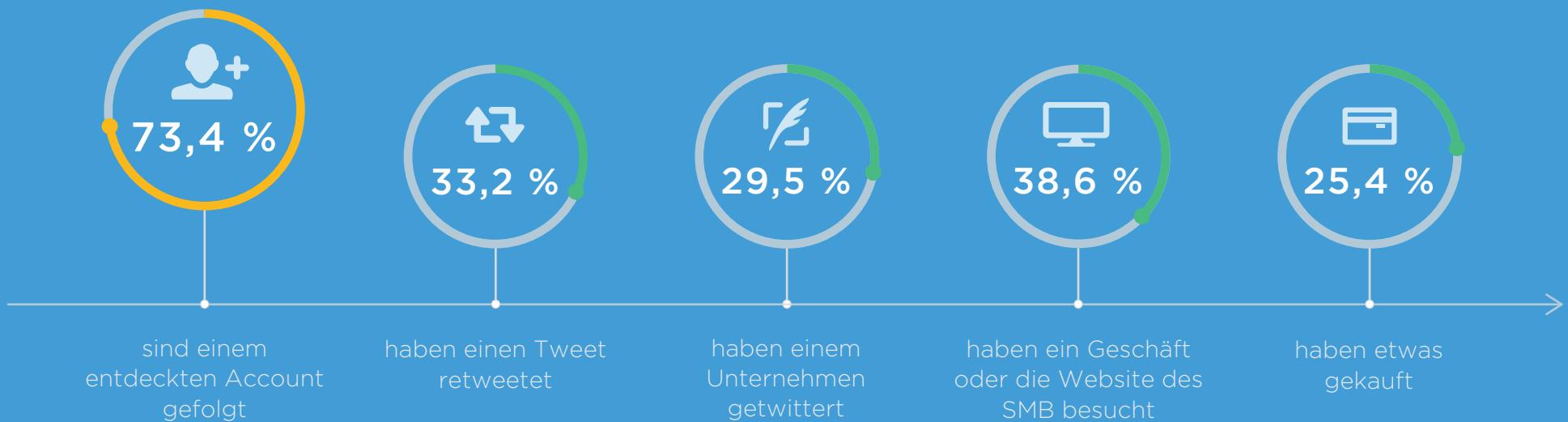


- **39,8 %**  
haben Empfehlungen unter „Wem folgen?“ gesehen
- **37,5 %**  
haben einen Retweet eines Tweets des Unternehmens gesehen
- **36 %**  
haben die @Antwort eines Freundes gesehen
- **35,7 %**  
haben einen gesponserten Tweet des Unternehmens gesehen
- **35 %**  
haben einen Tweet in einer #Hashtag-Unterhaltung gesehen
- **33,6 %**  
haben eine Erwähnung durch eine andere Marke oder Firma gesehen
- **31,5 %**  
folgen einem Account, dem auch das Unternehmen folgt



Wer dein Unternehmen auf Twitter entdeckt, kann in jeder Phase des Kaufprozesses mit dir interagieren. Alle Aktivitäten der Nutzer, von Unterhaltungen bis hin zum Kaufabschluss, sind für dein Unternehmen von Vorteil.

Nutzer handeln in jeder Phase des Kaufprozesses\*



Nutzer möchten auf Twitter mit deinem Unternehmen interagieren, und diese Interaktionen tragen zu stärkerer Markenaffinität bei\*

**78,5 %**

haben einem SMB getwittert



**65,8 %**

interagieren manchmal/häufig, wenn sie Tweets von einem SMB sehen



**49 %**

haben einem SMB mehrmals getwittert



der Nutzer, die eine Antwort erhielten, hatten danach eine bessere Einstellung gegenüber dem SMB

Follower haben eine positivere Einstellung zu deinem Unternehmen und entwickeln sich oft zu treuen Kunden.

planen, etwas zu kaufen **93,3 %**

haben einmal oder mehrmals etwas gekauft **68,7 %**

planen, regelmäßig etwas zu kaufen **39,2 %**

haben mehrmals etwas gekauft **39 %**

haben einmal etwas gekauft **29,7 %**

- planen, etwas bei einem SMB zu kaufen, dem sie folgen
- haben einmal oder mehrmals etwas bei einem SMB gekauft, weil sie etwas auf Twitter gesehen haben
- haben einmal etwas bei einem SMB gekauft, weil sie etwas auf Twitter gesehen haben



## WICHTIGE ERKENNTNISSE

Deine Zielgruppe ist auf Twitter und daran interessiert Unternehmen zu **UNTERSTÜTZEN**.



Nachdem Nutzer dich auf Twitter entdeckt haben, lassen sie Taten folgen, die für dein Unternehmen von Vorteil sind.



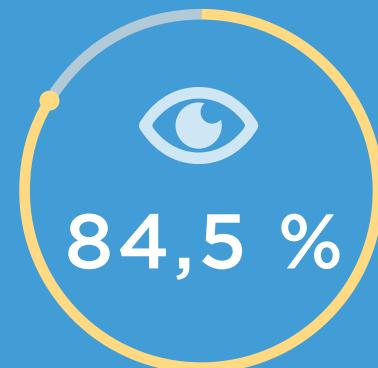
Da deine Follower treue Kunden und Markenbefürworter sind, bedeuten mehr Follower, dass du dir eine **INTERESSIERTE ZIELGRUPPE** aufbaust, mit der du langfristig interagieren kannst



Mit Twitter Ads und geponserten Accounts kannst du dich leichter entdecken lassen und schneller mehr Follower erhalten.



glauben, dass gesponserte Accounts ihnen helfen, auf Twitter neue Unternehmen zu entdecken



haben gesponserte Accounts auf Twitter bemerkt



sind einem SMB gefolgt, nachdem sie seinen gesponserten Account gesehen haben



Lass dir zeigen, wie du deine Zielgruppe  
auf Twitter erweiterst.

[Los geht's!](#)