



Pinterest Erfolgsfaktoren im Inspired Commerce

Torsten Scholl, Sr. Partner Manager Pinterest

Agenda

#1

Inspired Commerce

Inspiration
Selbstverwirklichung

#2

Performance

Inkrementalität
Werte

#3

Erfolgsfaktoren

Full Funnel, Struktur,
Creative, Feed,
Measurement

#4

Weitere Entwicklung

AR, Checkout, Live
Shopping,
Personalisierung



Cybil mug

\$24.00

Möglichkeiten und Inspiration vs eine richtige Antwort und Schnelligkeit

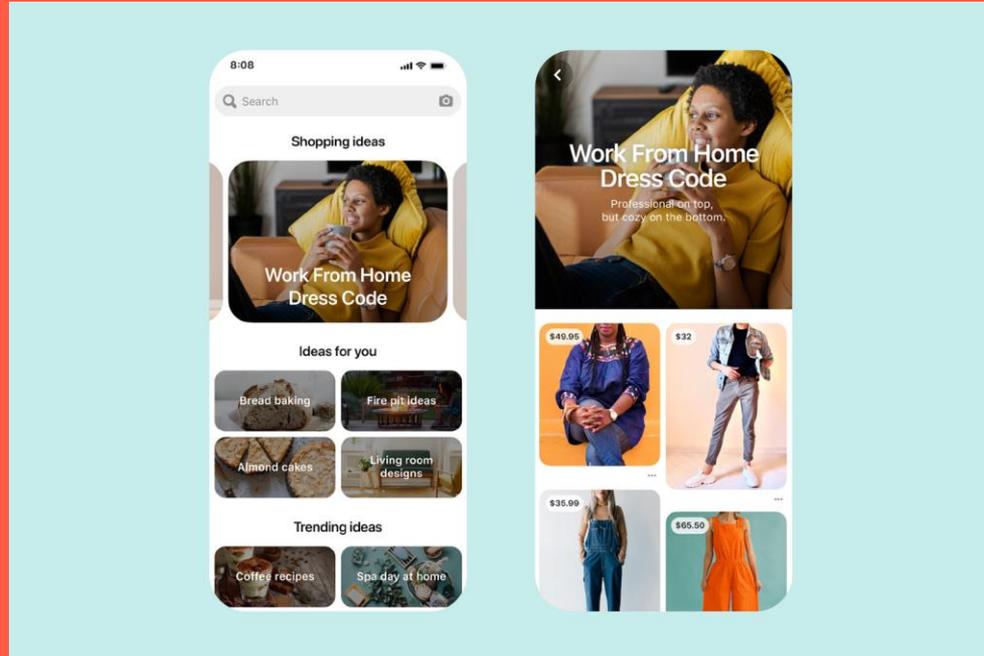
Bewusste Selbstverwirklichung vs sozial validierter Impulskauf

Inspiration

Produkt

Entscheidung

Hilfestellung



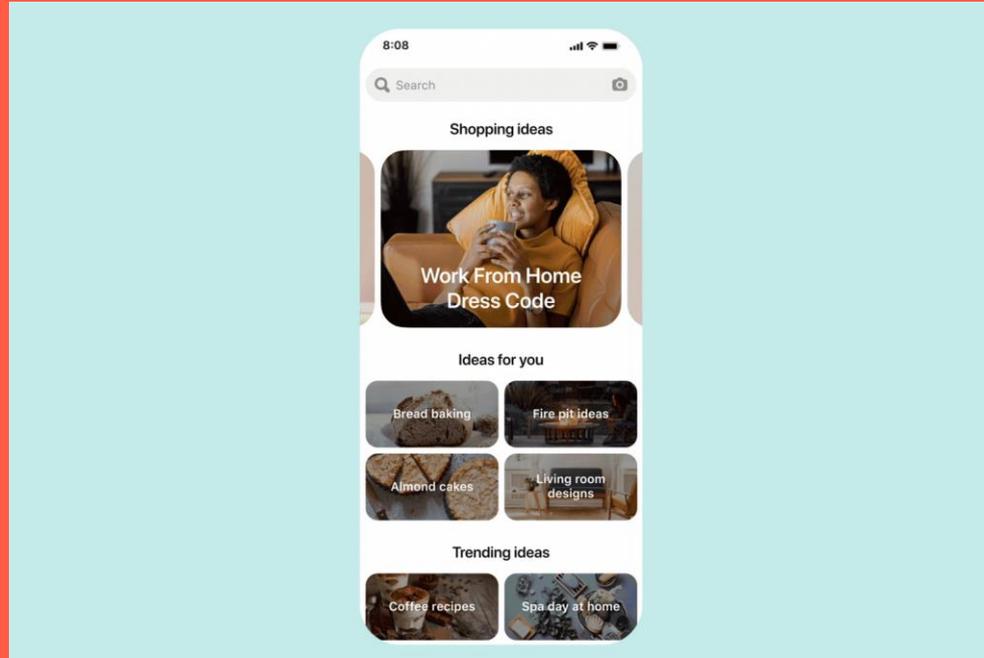
Shopping Spotlights

Inspiration

Produkt

Entscheidung

Hilfestellung



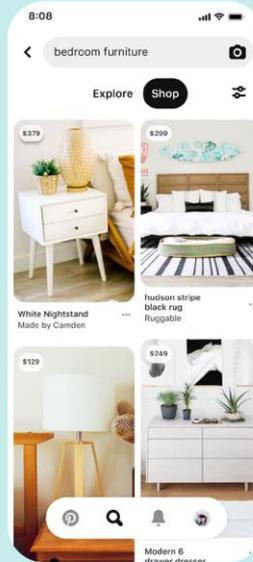
Visual Search

Inspiration

Produkt

Entscheidung

Hilfestellung



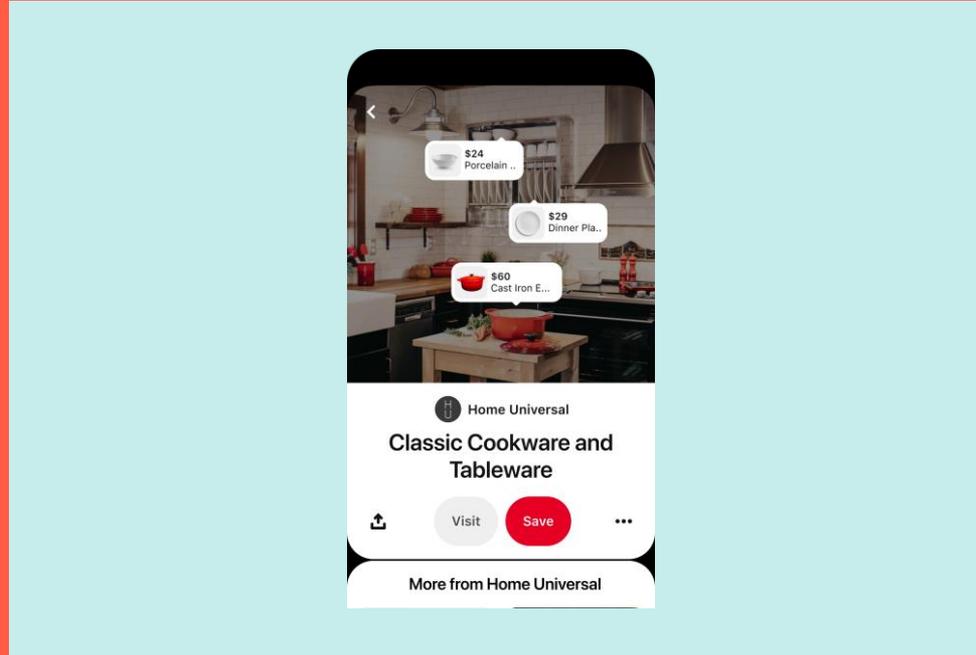
Shopping-Pins in Suchergebnissen

Inspiration

Produkt

Entscheidung

Hilfestellung



Product Tagging

Reichweite & Skalierung

19 MM

monatlich Unique Visitors in
Deutschland

Offen für Neues

68%

der Pinterest Nutzer*Innen nutzen
das Internet, um inspiriert zu werden
& neue Ideen zu finden

vs. 49%
Online-Bevölkerung 18+

Abschluss-orientiert

7%

der Pinterest Nutzer*Innen haben
kürzlich Makeup online gekauft

vs. 4%

Online-Bevölkerung 18+

34%

der Pinterest Nutzer*Innen haben
kürzlich Kleidung online gekauft

vs. 25%

Online-Bevölkerung 18+

Anzeigen als Mehrwert

30%

der Pinterest Nutzer*Innen entdecken
neue Marken & Produkte mittels
Social Media Anzeigen

vs. 20%
Online-Bevölkerung 18+

Haltung zeigen

28%

der Pinterest Nutzer*Innen
bevorzugen beim Online-Kauf
umweltfreundliche Produkte &
Marken

vs. 22%
Online-Bevölkerung 18+

Nachhaltiges Geschäft



The screenshot shows a Pinterest Business dashboard with a green header. On the left, the text reads: "home24 erzielt mit Pinterest starke zusätzliche Add-to-Cart Conversions". On the right, there is a large image of a dog sitting on a bed in a room with a large red moon in the background. The dashboard also includes navigation links like "Gründe für Pinterest", "Inhalte erstellen", "Werben", "Einblicke", "Ressourcen", and "Anmelden".

6%

inkrementelle Checkout Conversions
und 11% inkrementelle Page Visits im
Schnitt bei Home Decor

85%

grössere Warenkörbe bei US
Pinterest Shopper*Innen in den
Bereichen Beauty & Fashion als bei
anderen Plattformen

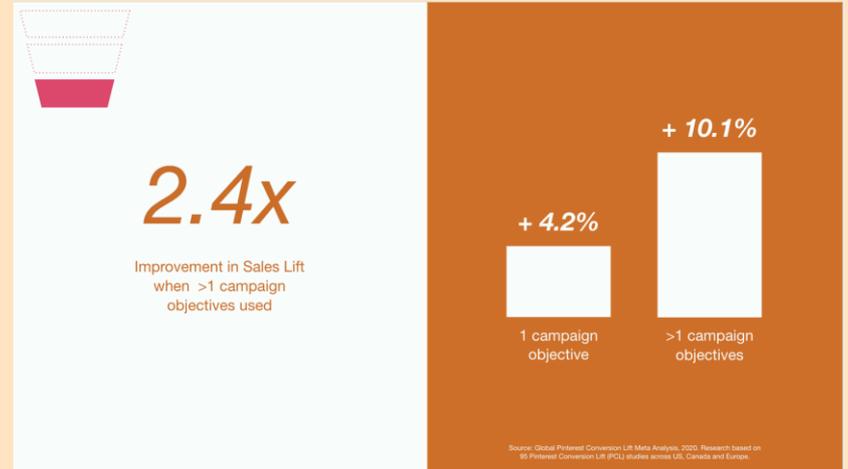
Full Funnel

Gesamte User Journey

Kombinierte Kampagnen-Set Up (zB Awareness mit Conversion, Consideration mit Retargeting) erhöht den Sales Lift

Shopping vs Conversion

Skalierung (Feed, API, Nutzer Pool, organische Reichweite) und CPA Ergebnisse sprechen für Shopping



Targeting

Integrierte Kampagnen

Full Funnel Ansatz durch
Wiederansprache; Engagement: Interaktion
mit Pins auf Plattform, auch organisch

Suchdaten

Nutzen der proprietären Suchtrends zur
Planung und Optimierung

Verfügbare Zielgruppen auf Pinterest

Erfahre mehr über die verschiedenen Arten von Zielgruppen auf Pinterest, die jeweiligen Anforderungen und die entsprechende Einrichtung.

Webseitenbesucher +

Kundenlisten +

Interaktion +

ActAlike-Zielgruppe +

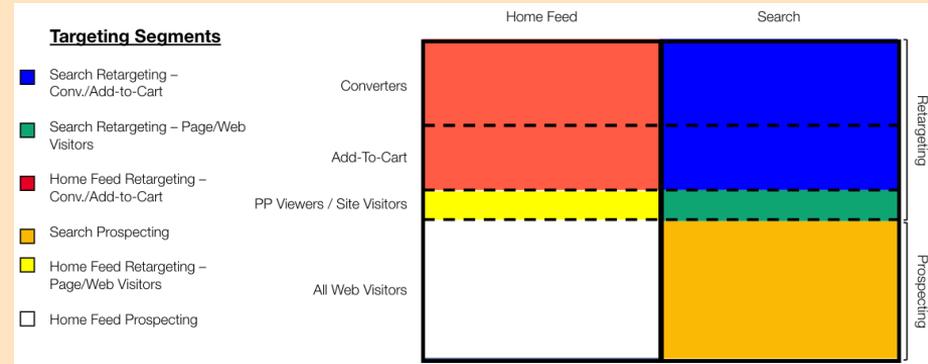
Struktur

Steuerung

Kontrolle über Bids (und Budgets)

Reporting/Optimierung

Placement-Zuordnungen werden nicht
vermischt, Treiber klar identifizierbar



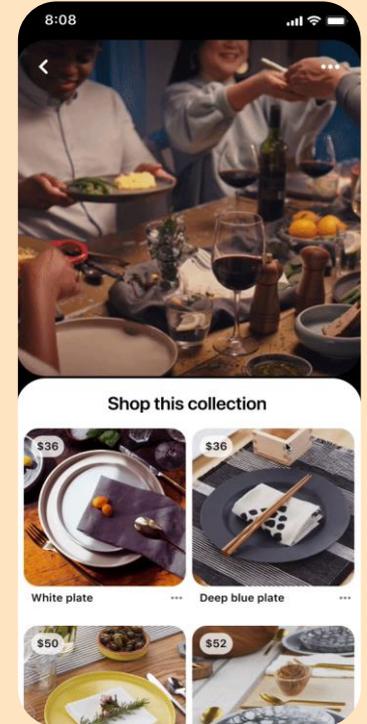
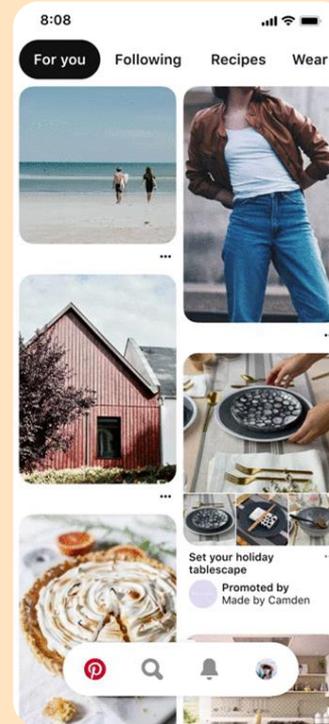
Creative

Collection Ads

Quintessenz von Social Commerce in
einem Format, höchste Sales Lifts;
Varianten tatic, Video, Slideshow;
Automatisierungsgrad unterschiedlich

Und ...

Mobile Deeplinks möglich, Customization
at Scale mit Partnern



Feed

Inputs

Alle Informationen (auch optionale) werde zur Distribution herangezogen

Struktur

Die Struktur kann individuell gestaltet werden (sog Custom Labels), um so Business Logik und Anzeigenauspielung in Einklang zu bringen



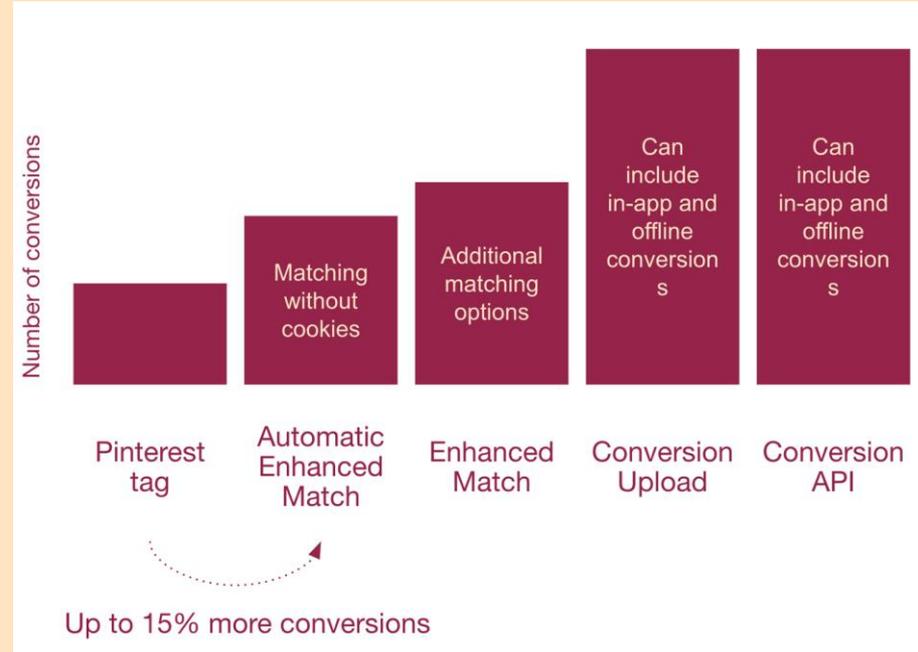
Erfassung

Mehr Sichtbarkeit

Unterstützung der Tag-basierten
Auswertung für Erfolgsmessung und
Optimierung

Fokus Conversion API

Open Beta; bestehende Meta-Integration
mit wenigen Anpassungen nutzbar



Messung

Pinterest Conversion Lift

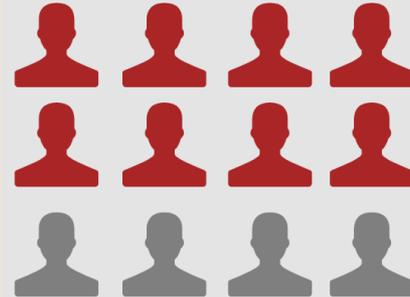
Zeigt den inkrementellen Sales Uplift an,
den Pinterest Ads leisten

Pinterest Conversion Analyse

Deckt Pinterest Assisted Conversions auf &
kalibriert das eigene Attributionsmodell
mithilfe eines Multipliers

Exposed

Exposed to Brand



Control

Not Exposed to Brand

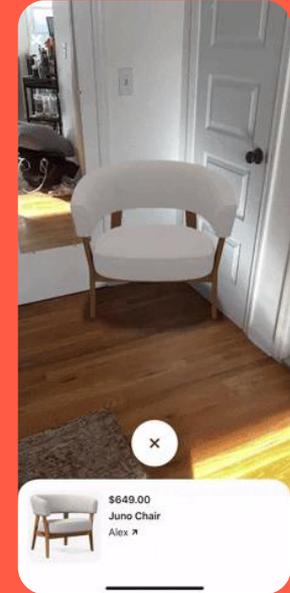
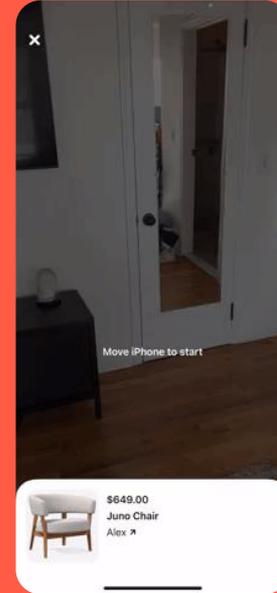
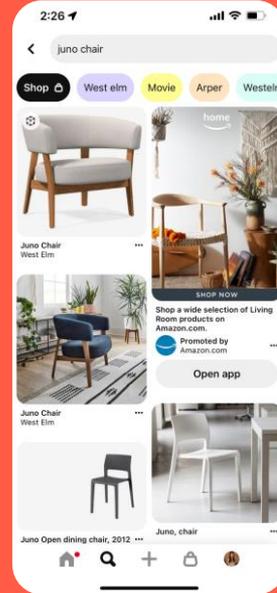
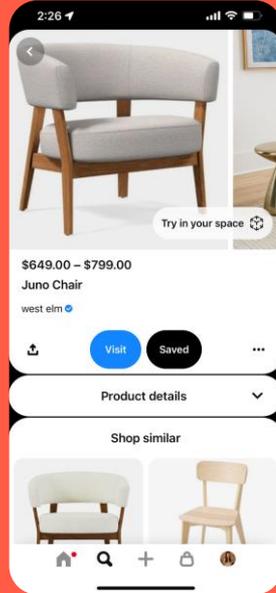


Inspiration

Produkt

Entscheidung

Hilfestellung



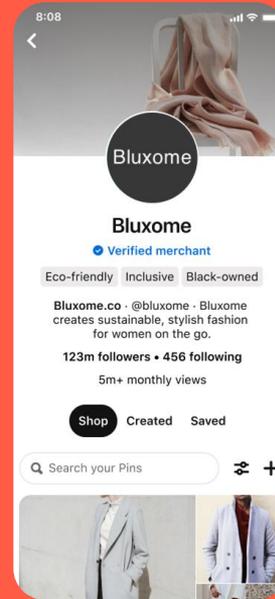
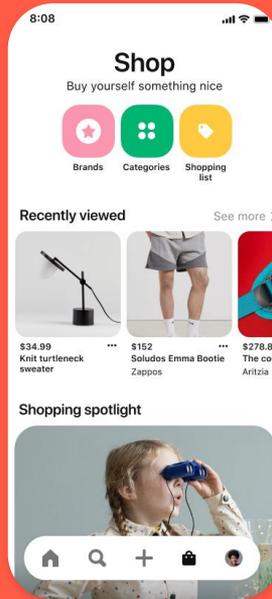
Try On Home Decor

Inspiration

Produkt

Entscheidung

Hilfestellung



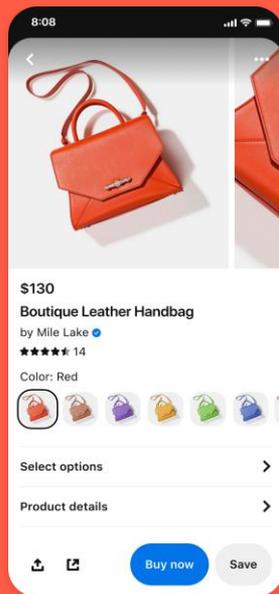
Your Shop | Merchant Details

Inspiration

Produkt

Entscheidung

Hilfestellung



Checkout

Inspiration

Produkt

Entscheidung

Hilfestellung



Pinterest TV



Vielen Dank!

tscholl@pinterest.com

Informationen für Unternehmen: business.pinterest.com/de
Newsletter: <https://business.pinterest.com/de/advertiser-newsletter/>