



10. Toetsen en bijsturen, werkt je strategie?



smile)

#PinDoctor

10 Toetsen en bijsturen

1. Je Pinterest doelen halen

Je Pinterest strategie is succesvol als hij ervoor zorgt dat je je Pinterest doelen behaalt. De enige manier om te ontdekken of dat zo is, is door te meten en te monitoren wat je Pinterest activiteiten opleveren. Je toetst deze resultaten aan je doelstellingen en stuurt je activiteiten bij met behulp van de verkregen informatie. Na het proeven van Pinterest, het bepalen van je intentie, het aan de slag gaan met je account en het aangaan van interactie is toetsen en bijsturen van je Pinterest activiteit de vijfde en laatste stap van PIN IT!.

Wat je precies wilt meten wordt bepaald door je Pinterest doelen. Welke informatie heb je nodig om te kunnen achterhalen of je deze doelen behaalt? Informatie vanuit Pinterest zelf? Bijvoorbeeld het aantal volgers van je account of het aantal repins van je pins. Informatie van je website? Wat wordt er gepind vanaf je site en naar welke pagina's van mijn site brengt Pinterest traffic?

Maar ook algemene bedrijfsinformatie kan je vertellen of je succesvol bent. Brengt Pinterest me daadwerkelijk nieuwe klanten? En vergroot het het aantal verkopen van mijn dienst of product? Of levert het me meer naamsbekendheid en verandert het het gevoel wat mensen hebben bij mijn merk?

Genoeg om te meten dus. We zagen al dat bij het stellen van je doelen, het van groot belang is dat je daarbij direct bepaalt hoe je kunt meten of je je doel behaalt. Lukt het je jouw doelen meetbaar te maken? Welke concrete informatie of cijfers heb je daarvoor nodig? Zijn die te achterhalen?

In dit hoofdstuk bespreek ik een aantal informatiebronnen die je helpen bij het toetsen of je jouw Pinterest doelen behaalt. En vertel ik je hoe je met informatie uit deze bronnen je Pinterest activiteiten kunt bijsturen om je Pinterest strategie aan te scherpen.

2. Wat is meetbaar?

Voordat ik je meer vertel over de informatiebronnen waar je informatie kunt vinden waarmee je kunt toetsen of je je doelen behaalt, nog even een kleine opfrisser. Bij het bepalen van je intentie heb je al stil gestaan bij wat je doelen zijn en of je die meetbaar kon maken. Nu je wat meer ervaring hebt op het platform zelf, heb je

waarschijnlijk een beter gevoel bij hoe meetbaar je Pinterest doelen zijn en of je de formulering van je doelen misschien nog kunt aanscherpen.

Als één van je doelen is tenminste 1000 volgers krijgen op Pinterest binnen het eerste half jaar dat je actief bent op Pinterest, dan is dat heel duidelijk te meten. Je noteert met hoeveel volgers je begon op een bepaald moment en een half jaar later kijk je opnieuw wat je aantal volgers is. Je doel is gehaald als dat aantal in ieder geval 1000 of meer volgers is.

Als één van je doelen is tenminste 1000 kwalitatief goede volgers krijgen op Pinterest binnen het eerste half jaar dat je actief bent op Pinterest, dan is dat al wat lastiger te meten. Wat versta je onder een kwalitatief goede volger? Is dat een volger die elke week tenminste een bepaald aantal keren de interactie aangaat met je content? En wat is interactie dan? Gaat het je om repins of om reacties?

Pak je Pinterest doelen erbij en als dat nodig is, herformuleer je de doelen zo concreet mogelijk. Bepaal opnieuw voor elk doel dat je hebt gesteld of het meetbaar is. Bepaal welke informatie je nodig hebt om dit doel te kunnen meten.

Blijkt dat je na het lezen van dit hoofdstuk de benodigde informatie niet boven water kunt krijgen, formuleer je doel dan op een andere manier, zodat je het met de informatie die je wel tot je beschikking hebt kunt meten. Of onderzoek of er manieren zijn om de gewenste informatie alsnog te achterhalen.

3. Waar vind ik informatie over het halen van mijn doelen?

Om te kunnen toetsen en bijsturen heb je informatie nodig. Precies die informatie die je vertelt of je goed op weg bent op Pinterest of juist niet. Informatie over het behalen van je Pinterest doelen vind je op Pinterest zelf, via diverse tools, zoals Google Analytics of specifieke Pinterest analyse tools en in je bedrijfsinformatie.

Pinterest zelf geeft je bijvoorbeeld informatie over hoeveel volgers je hebt, hoeveel repins een pin ontvangt en over wat je meest gevolgde borden zijn. Ook vind je er informatie over wat er van je website wordt gepind en hoe vaak.

Cijfers met betrekking tot traffic naar je website haal je bijvoorbeeld uit Google Analytics en Pinterest tools gebouwd door derden. Daarover later meer.

Ook uit je verkoopcijfers en andere bedrijfsinformatie kan je informatie halen die je vertelt of je op de goede weg bent wat betreft je doelen.

Beschik je over de juiste informatie om te meten of je je doelen behaalt? Welke cijfers kun je zo achterhalen? Zijn hierin misschien nog aanpassingen nodig en mogelijk die je helpen de juiste informatie boven tafel te krijgen? Zijn alle tools en informatiebronnen op de juiste manier ingericht voor jouw metingen? Zijn bijvoorbeeld je Google analytics rapportages en dashboards correct ingericht? En vertellen je verkoopcijfers je wat je wilt weten? Zo nee, dan moet je daar nog mee aan de slag.

4. Informatie uit Pinterest, Pinterest statistieken

Pinterest zelf is één van je belangrijkste informatiebronnen. Het geeft je informatie over het aantal volgers dat je hebt, de hoeveelheid interactie op pins die je plaatst en statistieken over wat er gebeurt met pins van je website en op je account.

Door simpelweg je account te monitoren, zie je hoe het aantal volgers van je account groeit. Ook de groei in het aantal volgers voor elk bord kun je op Pinterest volgen. Per pin kun je zien hoeveel interactie deze heeft opgeleverd. Hoeveel reacties en repins.

De Pinterest statistieken geven je nog meer informatie over je pins en account. Op de tab 'Je Pinterest-profiel', vind je informatie over het aantal vertoningen, het aantal repins en clicks van alle pins die je op één van je Pinterest borden hebt geplaatst.

Je kunt zelf een periode selecteren en zelfs kiezen voor het apparaat waarop je pins bekeken zijn! Hier ga je zien hoe belangrijk mobiele apparaten zijn voor Pinterest!

De grafiek van het aantal vertoningen laat je bijvoorbeeld zien hoe vaak pins van je account vertoond zijn op Pinterest en door hoeveel pinnerse ze gezien zijn. Ook zie je welke van je pins het meest vertoond zijn gedurende de afgelopen 30 dagen en op welke borden deze meest vertoonde pins zich bevinden.

Je kunt exact dezelfde informatie vinden met betrekking tot het aantal repins en clicks op je pins.

De optie 'Aller tijden' geeft je informatie over je meest gerepind pin, meest gezochte pin (of eigenlijk meest gevonden pin) en pins die het goed doen (op basis van repins, clicks en meer). Vanaf het moment dat je actief bent op Pinterest. Echt aller tijden dus.

Dit geeft je bergen aan informatie over welke pins en borden op je account populair zijn. Wat aanslaat bij pinnerse. Heel goed om te weten!

Op de tab 'Jouw publiek' vind je informatie over de demografie en interesses van de pinnerse die de interactie aangaan met je pins. Je kunt hier kiezen voor informatie over alle pinnerse of alleen over je volgers.

Je ziet hoeveel mensen je pins zien door de tijd heen en hoeveel pinnerse daadwerkelijk interactie aangaan met je pins. Ook zie je waar deze pinnerse vooral vandaan komen, in welke taal ze Pinterest gebruiken en of ze man of vrouw zijn. Je ziet over welke interesses de pinnerse die jij bereikt pinnen. Daarnaast zie je welke borden van anderen veel repins van jouw pins bevatten en welke bedrijfsaccounts zij volgen op Pinterest. Die van je concurrent bijvoorbeeld?

Met andere woorden, bergen aan informatie over wie je met jouw pins bereikt. Komt dit overeen met je doelgroep?

Op de tab 'Activiteit vanaf...', vind je informatie over het aantal vertoningen, het aantal repins en clicks van alle pins vanaf je website. Je vindt hier dezelfde

informatie als op de tab 'Je Pinterest-profiel' alleen dan puur met betrekking tot de pins vanaf jouw website.

Extra opties in de menubalk zijn 'Originele pins' en 'Bewaarknop'. 'Originele pins' geeft je informatie over alle pins die rechtsreeks van je website zijn gepind. 'Bewaarknop' laat je zien hoe vaak de Bewaren knop op je website gebruikt is.

Hier zie je hoe Pinterest vriendelijk jouw website is. Deze informatie vertelt je welke afbeeldingen op je site interessant zijn voor pinneren en welke van je producten pinneren aanspreken. Kortom of jouw website verleid tot pinnen op Pinterest.

5. Informatie uit Pinterest tools

Tools zijn naast Pinterest een bron van informatie waarmee je kunt meten en die je dus kunt gebruiken om je resultaten te toetsen en bij te sturen. Er zijn tools die specifiek voor Pinterest zijn gebouwd en tools die Pinterest meenemen in hun analyses naast informatie uit andere social media platformen.

Tools die je veel informatie geven over je Pinterest account zijn [Tailwind](#) en [Ahalogy](#). Ze zijn gedeeltelijk gratis te gebruiken. Voor meer geavanceerde opties moet je een abonnement afsluiten. Ze zijn specifiek ontwikkeld voor de analyse van Pinterest accounts en geven je informatie over je pins, je borden en je account in zijn geheel. Maar ook over je volgers en populaire Pinterest onderwerpen.

Tools die zich wat algemener richten op visuele social media zijn [Viraltag](#) en [Curalate](#). Zij helpen je bij de analyse van je Pinterest activiteiten maar zijn ook in te zetten voor Instagram en Tumblr. Als je deze platformen ook inzet in je social media strategie, zijn dit interessante tools om te gebruiken.

Alle Pinterest tools zijn voortdurend in ontwikkeling. Ze veranderen van naam, veranderen functionaliteit en kunnen er van de ene op de andere dag anders uit zien. Waren ze vandaag nog gratis, zijn ze morgen ineens betaald. Bovenstaande tools zijn erkende Pinterest Marketing Development partners of zijn op weg dat te worden. In het hoofdstuk tools bespreek ik bovengenoemde tools uitgebreider.

6. Informatie over traffic naar je website

Google analytics en Pinterest's eigen statistieken zijn belangrijke informatiebronnen met betrekking tot traffic die Pinterest genereert naar jouw website. Je ziet wat er van je site is gepind en van welke plekken van je site er gepind wordt. En je ziet hoe vaak pinneren op deze pins geklikt hebben en op die manier op je site terecht zijn gekomen.

De Pinterest statistieken geven je een duidelijk beeld van wie er pint van je site en wat zij zoal pinnen op welke borden en hoe vaak deze pins verder verspreid worden. Met welke frequentie en op welke dagen. Je krijgt er informatie over wat populair is bij pinneren om te delen.

Via Google analytics kun je informatie achterhalen over welke pins daadwerkelijk bezoeken aan je site opleveren. Op welke pins wordt geklikt? Je kunt er rapporten aanmaken waarop je kunt zien hoeveel van deze traffic heeft geresulteerd in een aankoop of een herhaald bezoek aan je site.

Het ligt voor de hand dat pins die veel gedeeld worden en dus een groter bereik hebben, de meeste traffic naar je site genereren. Maar dat hoeft natuurlijk niet per definitie het geval te zijn. Het is interessant om te achterhalen welke beelden veel gedeeld worden op Pinterest en tegelijkertijd clicks naar je website opleveren. Gebruik deze informatie om je strategie nog scherper te maken.

7. Informatie uit bedrijfsinformatie

Ook bedrijfsinformatie kan je meer vertellen over wat je Pinterest activiteiten je opleveren. Dan bedoel ik bijvoorbeeld verkoopcijfers, groei in aantal klanten, onderzoek met betrekking tot de beleving van je merk.

Zijn je verkoopcijfers gestegen na het inzetten van Pinterest of niet? Is te achterhalen hoeveel van deze verkoop is te herleiden op Pinterest? Direct of indirect? Welke producten zijn dan vooral verkocht via Pinterest? En welke totaal niet? Kun je met deze informatie conclusies trekken over welke producten interessant zijn voor pinnerers?

Is het aantal klanten toegenomen na het inzetten van Pinterest? Met hoeveel en hoe snel? En wat hebben deze klanten zoal van je afgenomen? Hoeveel geld besteden klanten die via Pinterest je product of dienst hebben gevonden? Is dat veel of weinig in vergelijking tot je bestaande klanten of klanten die via andere online kanalen je website hebben bereikt? Zijn dit terugkerende klanten? Zijn het mannen of vrouwen en welke leeftijd hebben ze? Met andere woorden bereik je jouw ideale klant via Pinterest?

Maar ook informatie over de beleving van je merk kan inzichten opleveren. Heeft de inzet van Pinterest je naamsbekendheid vergroot? Welk beeld en gevoel associëren mensen met je merk en is dat veranderd door je inzet van Pinterest? Ervaren mensen je Pinterest activiteit als positief of negatief en hoe wordt dat gekoppeld aan de beleving van je merk?

Al deze informatie kan je meer vertellen over of je Pinterest strategie werkt in relatie tot de doelen die je voor je bedrijf hebt gesteld voor de inzet van Pinterest. Ze laten je zien wat wel en niet werkt op Pinterest en helpen je daarmee bij het sturen van je Pinterest activiteit om de effectiviteit ervan te vergroten.

8. Bijsturen op aantal volgers

Hoe meer volgers op Pinterest hoe beter, wordt al snel gedacht. Want hoe meer volgers, hoe populairder je account en hoe groter het bereik van je pins. Maar is dat alles dat telt, het aantal volgers?

Het aantal volgers is zeker een indicator voor de populariteit van je account. En met meer volgers vergroot je absoluut je bereik. Blijkbaar kunnen pinnerers je account goed vinden en waarderen ze de kwaliteit van je pins.

Maar verkijk je niet op het aantal volgers. Het aantal volgers alleen zegt niet alles. Als je 10.000 volgers hebt, maar niemand gaat de interactie met je pins aan, wat heb je dan aan die 10.000 volgers? Je bent op zoek naar kwalitatief goede volgers. En daar zo veel mogelijk van. Volgers die je pins delen, zodat ze verspreid worden over Pinterest. Volgers die actief deel uit gaan maken van je community.

Uiteraard laat het aantal volgers dat je account heeft een indruk achter bij pinneren die beslissen of ze je account gaan volgen ja of nee. Een account met veel volgers is vaak een signaal dat het om een interessant account gaat. Het is een soort aanbeveling. Iemand beslist vaak eerder je account te volgen als je al een flink aantal volgers hebt.

Als het aantal volgers van je account niet toeneemt of zelfs afneemt is dat een signaal dat er iets niet werkt voor je doelgroep. Je deelt bijvoorbeeld niet de juiste content of je wordt niet gevonden omdat je de juiste zoekwoorden niet gebruikt. Het is in ieder geval een teken dat je iets moet ondernemen. Ga dus nog eens terug naar je doelgroep. Klopt wat jij pint met waar zij naar op zoek zijn? En is je account vindbaar?

9. Populaire borden

Met je Pinterest activiteit wil je een zo groot mogelijk bereik voor je pins creëren. Hoe meer mensen jouw pins zien hoe beter. Hoe groter de kans dat ze de interactie met je pins aangaan of op de pin klikken en belanden op je account of website. Hoe meer volgers een bord heeft hoe groter het bereik van een pin op zo'n bord. En hoe groter de kans op verspreiding via repins door die volgers.

Zijn volgers dan het voornaamste criteria waaruit blijkt of een bord populair is? Het aantal volgers is inderdaad één van de graadmeters waaraan je kunt zien dat een bord interessant is voor je doelgroep. Hoeveel mensen het bord volgen zegt iets over hoe interessant de pins worden gevonden die je daarop plaatst.

Het aantal volgers alleen is niet het enige dat iets zegt over de populariteit van een bord. Ook de hoeveelheid interactie met de pins op het bord zegt iets over hoe populair een bord is. Dus hoe vaak mensen een pin op het bord repinnen of erop reageren.

Als het doel van je borden is, het genereren van bereik voor je pins dan is een bord met veel volgers waarvan nooit een pin wordt gedeeld misschien wel minder waardevol dan een bord met minder volgers waarvan pin na pin wordt gerepind.

Wederom zit het hem niet alleen in het aantal volgers, maar ook in de kwaliteit ervan. Wat jij wilt bereiken, is dat je pins bij zoveel mogelijk mensen terecht komen. Soms is dat via een bord met veel volgers, soms is dat via een bord waar veel van wordt gerepind. Pas je pin inspanningen hierop aan.

Bereik je met een bord niet voldoende pinneren, onderzoek dan of het bord wel aansprekend genoeg is voor je doelgroep. Gebruik je in de beschrijving en titel van je bord de juiste zoekwoorden? Staat het bord op de juiste plek op je profiel? Gebruik je de juiste omslagfoto? Kies hiervoor bijvoorbeeld een pin die veel gerepind is.

10. Populaire pins

Pins die veel interactie opleveren zijn populaire pins. Deze interactie vertelt je van alles over wat je volgers interessant vinden op Pinterest. Denk aan het onderwerp van de pin. Dat slaat blijkbaar aan. En aan het soort afbeelding op de pin. Deze is Pinterest waardig.

Gebruik deze informatie om ervan te leren. Het plaatsen van meer vergelijkbare pins levert je waarschijnlijk meer Pinterest succes. Denk aan pins met een vergelijkbaar onderwerp. Of pins met een visueel vergelijkbare afbeelding. Dat kan hem zitten in de kleur, de sfeer, of bijvoorbeeld het formaat van de afbeelding. Onderzoek dit.

Onderzoek waar het hem in zit dat een pin interessant is voor jouw doelgroep. Welke van je pins zijn het meest succesvol? Welke pins ontvangen de meeste repins? Welke pins leveren de meeste reacties op? Wat staat er in dat geval in de beschrijving? Heeft deze een duidelijke call to action? Welke zoekwoorden heb je gebruikt in de tekst? Zouden deze bijgedragen hebben aan de vindbaarheid van de pin?

Ontvangt een pin die al maanden op één van je borden staat ineens honderden repins? Dan blijkt dat deze pin gevonden wordt (zoekwoorden!) en misschien wel is opgepikt door een invloedrijke pinner over dat onderwerp. Interessant om te achterhalen wie dat zou kunnen zijn!

11. Populaire pins van je site

Informatie over welke pins regelmatig worden gepind van je site is heel waardevol. Daar kun je erg veel van leren. Het vertelt je welke afbeeldingen op je site populair zijn en het volgens pinneren waard zijn om op Pinterest te delen met anderen. Het plaatsen van meer van dat soort afbeeldingen op je site vergroot de kans op meer pins van je site. Dat resulteert weer in meer links naar jouw site op Pinterest wat kan zorgen voor meer traffic naar je site.

Via de Pinterest statistieken kun je achterhalen wat er van je site gepind wordt en door wie. Je kunt zien op welke borden deze pins worden geplaatst en hoe vaak deze pins vervolgens door andere pinneren worden gerepind. Je ziet welke afbeeldingen op je site Pinterest waardig zijn. En je ziet welke afbeeldingen als ze eenmaal op Pinterest zijn beland, ook echt aanslaan.

Je kunt ook zien wie je pins heeft gepind. Interessant om het account van die pinner te bekijken. Wat pinst deze persoon nog meer en welke borden staan er op het account? Dat kan je zomaar ideeën opleveren voor je eigen account.

Bekijk ook op wat voor soort borden je pins belanden. Had je dat verwacht of is dat een verrassing? Kun je met de onderwerpen van deze borden misschien iets op je eigen account. En welke categorie hebben deze borden? Heb je op jouw account al een bord met deze categorie? Kun je zo'n bord inpassen in je Pinterest strategie?

En vergeet de beschrijvingen niet die pinneren zelf bij jouw pins plaatsen. Welke zoekwoorden worden door pinneren gekoppeld aan je afbeelding? Blijkbaar associëren pinneren de afbeelding van je product of dienst met deze woorden. Zo kun je interessante zoekwoorden ontdekken om te gebruiken voor je andere pins.

Als een afbeelding vaak gepind wordt van je site zegt dit niet alleen iets over of de afbeelding Pinterest waardig is. Het zegt ook iets over de populariteit van wat er op de afbeelding staat. Als een paar schoenen letterlijk honderden keren gepind worden, vallen deze schoenen blijkbaar bij pinneren in de smaak!

12. Verkoopcijfers

Google analytics en diverse reeds genoemde tools kunnen je vertellen of Pinterest traffic genereert naar je site en of deze traffic ook resulteert in verkoop. Als één van je Pinterest doelen is, 'meer verkoop genereren via Pinterest' dan is dit dus informatie om goed in de gaten te houden.

Zie je na verloop van tijd geen effect van je Pinterest activiteiten op je verkoop of zelfs een negatief effect? Dan is het tijd om je strategie grondig onder de loep te nemen en te bekijken wat je misschien anders kunt doen. Resultaat zal zich niet van vandaag op morgen laten zien, maar als je een aantal maanden actief met je strategie aan de slag bent, zal je resultaat moeten gaan zien.

Stel jezelf vragen als: Zorgen de pins van mijn producten naar traffic op mijn site? En doen pinnerers vervolgens een aankoop? Wordt er door anderen gepind van mijn site? Pinnen zij dan mijn producten of andere afbeeldingen? Leveren deze pins traffic op naar mijn site? Zo nee, hoe Pinterest proof is mijn website? Kan ik dat verbeteren? Werkt de bewaren knop op mijn site? Is het beeld op mijn site Pinterest waardig? Enz.

Misschien moet je nog verder terug. Is het alleen de verkoop die achterblijft? Of groeit het aantal volgers op je account ook niet en is er weinig interactie? Pin je wel wat interessant is voor je doelgroep?

13. Aantal klanten

Pinnen doe je om je doelgroep te bereiken. Uiteraard kun je met pinnen je bestaande klanten bereiken, maar dat alleen is meestal niet je doel. Pinterest helpt je hopelijk ook bij het bereiken van nieuwe klanten. Pinnerers die je bereikt via hun interesses, zonder dat ze ooit van je bedrijf, product of dienst hebben gehoord.

Succesvol ben je voor dit doel als je aantal klanten inderdaad toeneemt door je Pinterest activiteit. Het is daarom goed om te monitoren wat er gebeurt met je aantal klanten.

Dit hangt natuurlijk nauw samen met wat er gebeurt met je verkoopcijfers. Hogere verkoopcijfers kunnen natuurlijk het resultaat zijn van meer klanten. Maar als het gaat om het bereiken van nieuwe klanten via Pinterest zijn er een aantal specifieke zaken waar je rekening mee kunt houden. En dat heeft te maken met de vindbaarheid van je pins en account voor potentiële nieuwe klanten ofwel je doelgroep.

Als je nieuwe klanten bereikt via Pinterest, via welke pins en borden bereik je ze dan? Dit zijn blijkbaar borden en pins over onderwerpen die je doelgroep interessant vindt. Welke zoekwoorden heb je in de beschrijving van deze pins en borden gebruikt? Welke van je producten spreken aan? Wat voor een soort beeld bevatten deze pins en borden?

Als het aantal klanten niet toeneemt, zal je moeten nadenken over je strategie. Blijkbaar raak je nog niet de juiste snaar bij je doelgroep. Je zal moeten onderzoeken of je wel datgene pint wat je doelgroep aanspreekt. Maar vooral ook of je daarbij

gebruik maakt van de zoekwoorden die zij op Pinterest gebruiken. Ben je via de interesses van je doelgroep vindbaar voor ze?

Probeer met alle beschikbare informatie te leren wie je klanten op Pinterest zijn en hoe je jouw pins het beste op hen kunt richten. Zo bereik je het snelst nieuwe klanten.

14. Blijven toetsen en bijsturen

Continue monitor je wat er gebeurt op Pinterest en of je strategie je de gewenste resultaten oplevert. Zolang je actief bent op Pinterest, zal je dit moeten blijven doen om te zien of je Pinterest activiteit nog steeds waardevol is voor je doelgroep.

Je leert op deze manier wat werkt en wat niet werkt om je Pinterest doelen te bereiken. Pas je strategie aan waar nodig en verbeter hem met de informatie die je krijgt uit al je monitoring gegevens.

De laatste stap van PIN IT!, toetsen en bijsturen, is dus een doorlopend proces. De markt verandert. Pinterest verandert. Je product of dienst verandert. Je bent nooit uitgeleerd of klaar met monitoren wat Pinterest je brengt. Zo zorg je ervoor dat Pinterest je alles blijft brengen, wat je er wilt halen.

Dit toetsen en bijsturen kan je terugbrengen naar je intentie. Kan ik hier echt bereiken wat ik wil bereiken? En zo ja, gebeurt dat ook? Of moet ik mijn doelen aanpassen naar iets wat wel reëel haalbaar is op Pinterest?

Het kan je terugbrengen naar je aanpak op Pinterest zelf. Pin je op de juiste borden? Plaats je de juiste pins? Zijn je beschrijvingen scherp genoeg?

En natuurlijk kan je jezelf blijven afvragen of je op de juiste manier de interactie met de Pinterest community opzoekt. Wat kan je daar verbeteren? Hoe zorg je ervoor dat je pinnerers echt aan je bindt via hun interesses?

Een constatering kan zijn dat je prima bezig bent. Vooral doorgaan dan! Maar stop niet met monitoren. Wat vandaag werkt, kan morgen zomaar ineens niet meer werken.

Ben je er nu? Nu je strategie staat na het doorlopen van de stappen van PIN IT!? Je basis staat. Dat zeker! Maar er is nog meer dat je kan helpen bij het aanscherpen van je strategie. Daarover vertel ik je in de volgende hoofdstukken graag meer!

En ik begin met de Pinterest etiquette ofwel de taal die op Pinterest gesproken wordt. Als je je aan deze etiquette houdt, is de kans op snel Pinterest succes nog groter.

Actielijst Stap 5 PIN IT! Toetsen en bijsturen

Nu je het hoofdstuk 'Toetsen en bijsturen' gelezen hebt, kun je aan de slag met onderstaande punten. Begin met monitoren en stuur bij waar nodig. Blijf dit doen zo lang je Pinterest actief inzet! Dat helpt je bij het verder aanscherpen van je Pinterest strategie. Net als de informatie in de komende hoofdstukken van dit boek.

- Pak je Pinterest doelen erbij en bepaal opnieuw of je ze scherp genoeg en meetbaar hebt geformuleerd?
- Welke informatiebronnen heb je tot jouw beschikking en heb je nodig als het gaat om het verzamelen van informatie met betrekking tot het behalen van je Pinterest doelen?
- Lukt het je deze informatie boven water te krijgen? Nee? Herformuleer dan je doel zodat het wel meetbaar wordt of onderzoek hoe je ervoor kunt zorgen dat je de benodigde informatie kunt achterhalen. Mogelijk via Pinterest tools van derden. (Daarover later meer in het hoofdstuk Tools).
- Bekijk alle tabbladen, grafieken en tabellen van de Pinterest statistieken. Welke van deze informatiebronnen zijn vooral interessant voor het toetsen van jouw Pinterest doelen? Met welke informatie uit de statistieken ben jij in staat je activiteiten bij te sturen en beter af te stemmen op je Pinterest doelen? Monitor deze statistieken dagelijks.
- Bedenk of er nog informatie ontbreekt in de Pinterest statistieken, die je nodig hebt om je doelen te kunnen toetsen. Noteer deze en pak deze lijst erbij als we in het hoofdstuk tools de Pinterest tools van derden bespreken, zoals Tailwind, Ahology, Curalate en Viraltag. Bekijk gerust vast de websites van deze tools als je dat wilt.
- Monitor Google Analytics en ontdek hoeveel traffic Pinterest genereert naar je site en met welke pins. Wat kun je hiervan leren?
- Monitor ook het aantal volgers op Pinterest. Dat van je gehele account, maar ook dat van je borden. Wat zijn je populairste borden?
- Monitor welke pins populair zijn. Welke pins op je Pinterest account krijgen de meeste repins en reacties? Wat kun je hiervan leren?
- Monitor wat er gepind wordt van je site. Welke afbeeldingen, producten en diensten worden gepind door anderen en hoe verspreiden deze pins zich over Pinterest? Wat je kun leren van pins van je site die populair zijn?
- Monitor je verkoopcijfers. Levert Pinterest je meer verkoop op? Zo ja via welke pins, producten of diensten?
- Monitor je aantal klanten. Levert Pinterest je nieuwe klanten op? Zo ja via welke pins over welke onderwerpen en op welke borden?
- Blijf monitoren en leren van alle informatie en stuur je activiteiten bij om je Pinterest strategie zo scherp mogelijk te maken en houden!