

# Guide „Path To Performance“



Best Practices für mehr Effizienz und höhere Performance

Signalqualität verbessern



Kampagnen-Setup optimieren



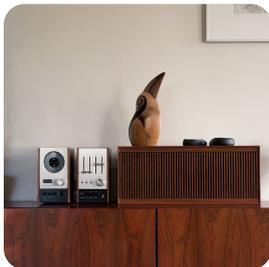
Creatives optimieren



Testen und iterieren



API



**Rehns**  
Gesponsert



**Rehns**  
Gesponsert



**Rehns**  
Gesponsert



# Zusammenfassung

## Signalqualität verbessern

Der Aufbau einer erfolgreichen Kampagne auf Pinterest beginnt mit einem soliden Fundament. Mit den richtigen Tools und Signalen kannst du die Performance effizient nachverfolgen, deine Kampagnen optimieren und messbare Ergebnisse erzielen.

## Kampagnen-Setup optimieren

Pinterest bietet Werbetreibenden verschiedene Tools und Lösungen, mit denen sich Kampagnen genau so umsetzen lassen, wie es für dich sinnvoll ist.

## Creatives optimieren

Optimierte Creatives können auf Pinterest den Unterschied machen. Diese Tipps helfen dir, deine Creatives zu optimieren, Angebote gezielt hervorzuheben und deine Performance zu maximieren.

## Testen und iterieren

Smarter optimieren: Optimierte deine Kampagnen gezielt, steigere die Performance und hol das Beste aus deinen Pinterest-Kampagnen heraus.

# Signalqualität verbessern

Der Aufbau einer erfolgreichen Kampagne auf Pinterest beginnt mit einem soliden Fundament. Mit den richtigen Tools und Signalen kannst du die Performance effizient nachverfolgen, deine Kampagnen optimieren und messbare Ergebnisse erzielen.

## Empfehlungen

### → **Conversions-API:**

Integration direkt oder über einen Partner

### → **Event Quality Score:**

Setze dir das Ziel, für alle Web-, App- und Offline-Signale eine Bewertung von „Gut“ zu erreichen, um eine optimale Performance auf der Plattform zu erzielen.

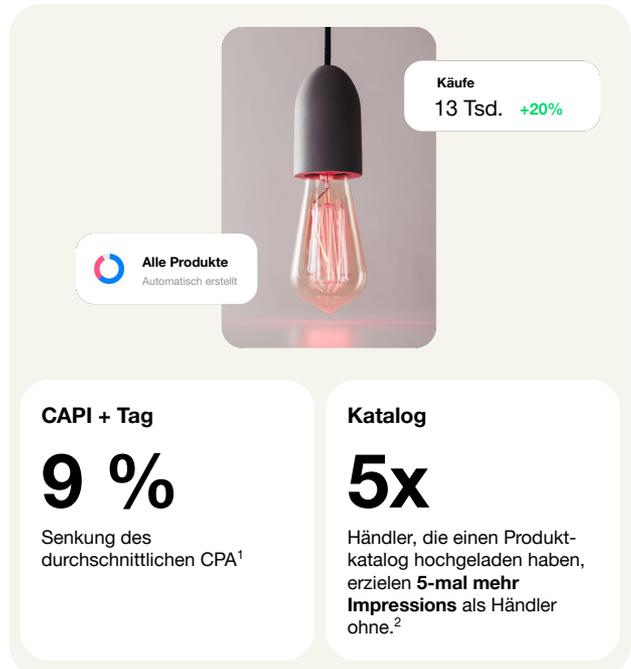
Priorisiere die folgenden Komponenten, indem du bei jedem Event möglichst viele Signale mit hoher, mittlerer und niedriger Priorität sendest:

- **Informationen zu Kund\*innen**
- **Event-Insights**
- **Doppelte Events**

Eine vollständige Liste der Parameter findest du in unserer [Dokumentation](#).

### → **Katalogstatus:**

Je mehr Produkte und Informationen dein Feed enthält, desto besser lassen sich deine Anzeigen optimieren – und umso relevanter sind deine Inhalte für die Shopper\*innen. Verbessere die Qualität deines Feeds, indem du Produktkategorien sowie relevante, detaillierte Titel und Beschreibungen hinzufügst.



## Erfolgsstory

Stradivarius implementierte die Conversions-API zur Messung wichtiger Aktionen wie Käufe, Registrierungen und App-Downloads und verzeichnete einen **Anstieg der Käufe über Pinterest um 82 %**. Gleichzeitig sank der CPA um **28 %**.<sup>3</sup>

Bilder dienen nur der Veranschaulichung.

Quellen: 1. Pinterest, interne Analyse, globale Werbetreibende mit der Conversions-API, Vergleich mit „Nur Tagging“, 26.05.2024 bis 01.06.2024, n=5.638

2. Pinterest, interne Daten, Dezember 2021 | Verifizierte Händler, die einen Katalog hochgeladen haben, im Vergleich zu zugelassenen Händlern

3. Stradivarius, interne Daten, ES, 2023

# Kampagnen-Setup optimieren

Pinterest bietet Werbetreibenden verschiedene Tools und Lösungen, mit denen sich Kampagnen genau so umsetzen lassen, wie es für dich sinnvoll ist.

## Empfehlungen

### → Pinterest Performance+ Bundle:

Aktiviere Pinterest Performance+ auf Kampagnenebene, um die Performance zu steigern.

oder

### Einzelne Funktionen:

Nutze einzelne Funktionen von Pinterest Performance+ in herkömmlichen Kampagnen, um mehr Transparenz und Kontrolle zu erhalten. Suche in diesem Fall nach Möglichkeiten zur Konsolidierung und Vereinfachung (entferne z. B. Targeting-Beschränkungen).

### → MDL

Bringe Shopper\*innen direkt von deiner Anzeige zu bestimmten Seiten in deiner App, um In-App-Aktionen und -Käufe zu fördern.

### → Alle Möglichkeiten nutzen

Richte deine Geschäftsziele an Kampagnenzielen aus und steigere deine Ergebnisse durch optimierte Klicks und Conversions.



Laufschuhe  
MILE45

  Pinterest Performance+



Laufschuhe  
MILE45

 € 2,50

## Pinterest Performance+

# +20 %

Durchschnittliche CPA-Verbesserung für Werbetreibende, die Pinterest Performance+ Katalogverkäufe-Kampagnen im Vergleich zu BAU-Kampagnen (Business as usual) verwendeten<sup>1</sup>

## Erfolgsgstory

Prada hat sich mit Pinterest zusammengetan, um Pinterest Performance+ für den Launch einer neuen Kollektion zu testen. Dabei erzielte die Marke einen **2,9-fachen ROAS** für Checkout-Aktionen und eine **Steigerung der Interaktionsrate um 88 %** im Vergleich zu herkömmlichen Kampagnen. Durch die Nutzung von breit gefächertem, KI-gesteuertem Targeting und einem optimierten Kampagnensetup konnte Prada erhebliche Verbesserungen bei Interaktionen und Effizienz erzielen.<sup>2</sup>

Bilder dienen nur der Veranschaulichung.

Quellen: 1. Pinterest, interne Daten von 200 globalen Werbetreibenden in der Betaphase von Juni bis September 2024 – CPA-Verbesserungen durch Pinterest Performance+ Kampagnen sind nicht garantiert

2. Pinterest, interne Analyse, USA, Conversions im Pinterest Performance+ Alpha-Test, Attributionsfenster 777/1, April–Mai 2023

# Creatives optimieren

## Empfehlungen

- **Diversifizierung der Formate**  
Nutze Pinterest Performance+ Creative, um Creatives in großem Umfang zu erstellen und Produkt-Pins zu optimieren.
- **Promo-Aktionen**  
Verwende Promo-Aktionen in deinen Anzeigen, damit Nutzer\*innen die richtigen Angebote finden und einfacher shoppen können. Bei Katalogkampagnen kannst du Promo-Aktionen jetzt direkt über deinen Feed anwenden – und das Setup vereinfachen.

## → 4Cs für Creatives

### Context

#### Berücksichtige das Umfeld

Denke an den Feed-Kontext, in dem deine Anzeige erscheint.

#### Designe für Mobilgeräte

Priorisiere Design für ein besseres mobiles Erlebnis.

### Content

#### Keep it real

Mach deine Anzeigen authentisch, indem du auf natürliches Storytelling setzt.

#### Zeige Gesichter

Verwende echte Menschen mit echten Gesichtsausdrücken.

### Craft

#### Dezentraler Text

Platziere Bilder in der Mitte und Texte am oberen und unteren Rand.

#### Bleib in Bewegung

Ein bewusster Einsatz von Bewegung und Animation macht einen Unterschied.

### Color

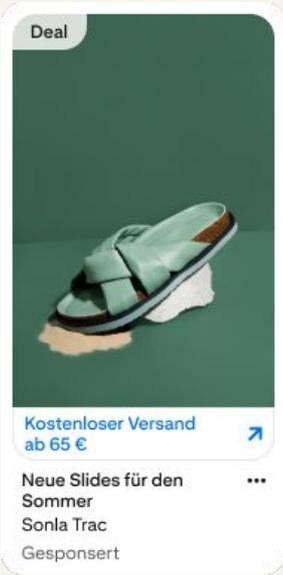
#### Erzeuge Kontraste

Finde ein natürliches Gleichgewicht zwischen Helligkeit, Kontrast und Schärfe.

#### Bring Farbe ins Spiel

Bedenke von Anfang an deine Farbpalette.

Optimierte Creatives können auf Pinterest den Unterschied machen. Diese Tipps helfen dir, deine Creatives zu optimieren, Angebote gezielt hervorzuheben und deine Performance zu maximieren.



**Pinterest Performance+ Creative**

# +14 %

Durchschnittlicher Anstieg der Conversion-Rate beim Einsatz von Pinterest Performance+ Creative<sup>1</sup>

# +18 %

Anstieg des iCVR für Anzeigen mit Promo-Aktion im Vergleich zu denselben Anzeigen ohne Aktion<sup>2</sup>

## Erfolgsgeschichte

Ruggable nutzte Pinterest Performance+ Creative, um die Bilder im Katalog ohne großen Aufwand zu diversifizieren. Die Marke verzeichnete eine Steigerung der Click-Through-Rate von +37 % durch automatisch erstellte Formate im Vergleich zu Shopping-Anzeigen allein.<sup>3</sup>

Quellen: 1. Pinterest, interne Daten von über 200 globalen Werbetreibenden im Betatest für Anzeigen mit generierten Hintergründen und/oder Creative-Optimierungen von Juni bis August 2024. Verbesserungen der Performance sind nicht garantiert.

2. Pinterest, interne Analyse, US, Oktober bis November 2024. Durchschnittswert basierend auf Beta-iCVR für Web-Conversions-Ergebnisse, in denen über 250 Werbetreibende verglichen werden, die identische Anzeigen mit und ohne Promo-Aktionen mit Corner Badge schalten.

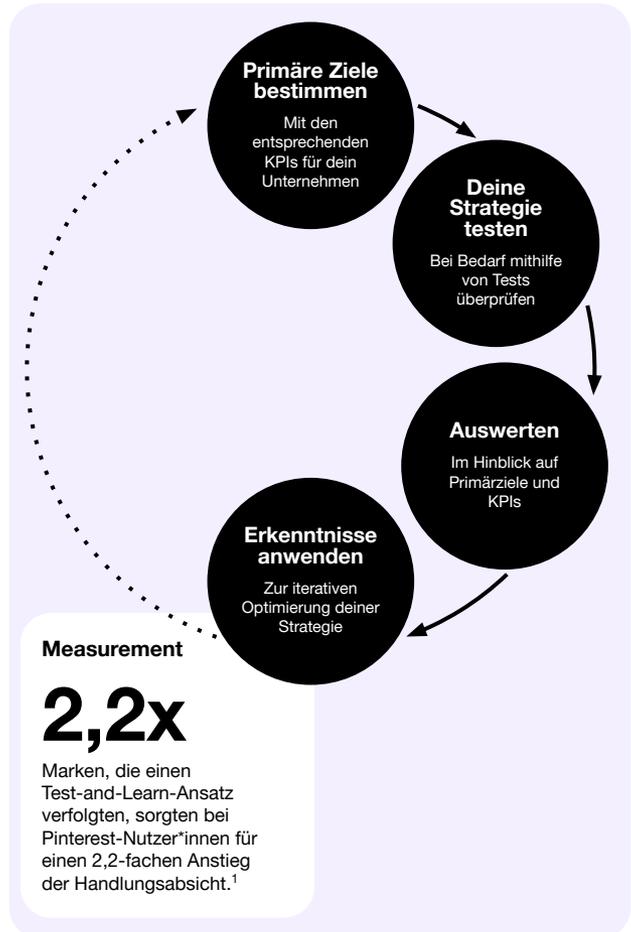
3. Ruggable, interne Daten, USA, 2023–2024

# Testen und iterieren

Smarter optimieren: Optimierte deine Kampagnen gezielt, steigere die Performance und hol das Beste aus deinen Pinterest-Kampagnen heraus.

## Empfehlungen

- Moderne Messansätze verlassen sich nicht auf eine einzige „Source of Truth“. Validiere deine Ergebnisse mit verschiedenen Messmethoden.
- Verwende Lift, um die Performance einer bestimmten Kampagne nachzuvollziehen, etwa inkrementelle Conversions, Verkäufe oder Einnahmen für einen bestimmten Zeitpunkt in einer Kampagne.
- Nutze Marketing Mix Modeling (MMM), um den Wert von Marketing zu validieren.
- Setze A/B-Tests ein, um erfolgreiche Strategien zu identifizieren und Kampagnen zu optimieren.



Quelle: 1. Pinterest Brand Lift Meta Analysis, global, Juli 2021 bis Juni 2022 (N=709), die Abweichung der Handlungsabsicht wurde bei Werbetreibenden beobachtet, die zwei Brand-Lift-Studien durchgeführt hatten im Vergleich zu solchen, die eine Brand-Lift-Studie mit Abfrage der Handlungsabsicht im selben Jahr durchgeführt hatten. Die Statistiken spiegeln Werbetreibende wider, die einen Test-and-Learn-Ansatz verwendet haben, im Vergleich zu Werbetreibenden, die dies nicht getan haben.

# Zusammenfassung

Grundpfeiler	Fokusbereich	Taktik	Benchmark
<b>Signalqualität verbessern</b>	Signalintegrität	Web-Signal	Event Quality Score mindestens „Zufriedenstellend“*
		App-Signal	Event Quality Score mindestens „Zufriedenstellend“*
		Offline-Signal	Event Quality Score mindestens „Zufriedenstellend“*
	Integrität des Katalog-Feeds	Katalog-Einpflegefunktion	Feed-Import > 85 %**
Integrität des Katalog-Feeds		Integritätsbewertung des Feeds >= 80 %	
<b>Kampagnen-Setup optimieren</b>	Automatisierung	Pinterest Performance+ (Kampagnen oder Funktionen)	Mindestens 80 % des Lower-Funnel-Umsatzes mit Pinterest Performance+ erzielt
	Post-Click-Erlebnis	Mobile Deep-Link	MDL aktiviert für alle Werbetreibenden mit App
	Alle Möglichkeiten nutzen	Mehrere Ziele	Kampagnen aktiv für die Ziele „Katalogverkäufe“, „Conversion-Optimierung“ und „CPC“
<b>Creatives optimieren</b>	Creative	Diversifizierung der Formate	Mindestens drei unterschiedliche Formate in den letzten 90 Tagen genutzt
		Promo-Aktionen	In den letzten 90 Tagen Promo-Aktionen geschaltet
<b>Testen und iterieren</b>	Validierung der Ergebnisse	Drittanbieter-Integrationen für Messungen	Nutzung einer MMM-API, eines MMM-Exports und/oder einer Drittanbieter-MTA-Integration
		Messung von Inkrementalität	Durchgeführtes Lift-Experiment über PCL, Drittanbieter-MMT-Studie oder Clean Room in den letzten 6 Monaten
	Optimierung	A/B-Tests	A/B-Tests in den letzten 90 Tagen durchgeführt

\* Die Event-Quelle ist die Conversions-API.

\*\* Zum Zeitpunkt des Abrufs der Daten