

Vsebina

7 PINTEREST.....	158
7.1 KAJ SPLOH JE PINTEREST?	159
7.2 JE PINTEREST PRIMEREN ZA MARKETING V SLOVENIJI?	159
7.3 KAJ UPORABNIKI POČNEJO NA PINTERESTU?.....	160
7.4 RAZUMEVANJE PINTERESTOVEGA ISKALNIKA.....	161
7.5 PINTEREST SEO	162
7.6 POSLOVNI PINTEREST RAČUN	163
7.7 SPOZNAJTE OKOLJE PINTERESTA.....	164

7 PINTEREST

1. Kdaj ljudje obiščejo tretji najbolj uporabljen iskalnik Pinterest?

Pinterest je tretji najbolj uporabljan iskalnik, ki ga ljudje obiščejo predvsem takrat, ko iščejo ideje za izdelke ali storitve.

2. Zakaj se podjetjem splača investirati v prisotnost na Pinterestu?

Njegovi uporabniki zbirajo informacije o izdelku (prednakupna faza), zato se podjetjem splača investirati v prisotnost na Pinterestu.

3. Kateri spol opravi 80 % nakupov glede na različne raziskave?

Različne raziskave pravijo, da so ženske tiste, ki opravijo 80 % nakupov.

4. Kolikšen delež predstavljajo ženske (uporabnice Pinteresta) na Pinterestu?

Ženske (uporabnice Pinteresta) dejansko predstavljajo kar 70 % vseh uporabnikov Pinteresta.

5. Koliko ima Pinterest aktivnih mesečnih uporabnikov, koliko % jih živi v ZDA, koliko pinov je bilo objavljenih od leta 2010 (ustanovitve) pa do leta 2020, koliko pinov vsak dan shranijo uporabnice?

Pinterest ima:

1. okrog 300 milijonov aktivnih mesečnih uporabnikov,
2. od katerih v ZDA živi približno 50 %.
3. Od ustanovitve (leta 2010) do danes je bilo skupno objavljenih že več kot 4 milijarde pinov.
4. Vsak dan pa uporabnice shranijo 2 milijona pinov, povezanih z iskanji za nakupe.
5. Veliko potencialnih kupk.
6. Milenijke uporabljajo Pinterest prav toliko kot Instagram.
7. Večina uporabnic Pinteresta je mlajša od 40 let in
8. kar 87 % jih pravi, da so že kupile izdelek zaradi objave na Pinterestu.
9. V proces načrtovanja nakupa Pinterest vključi kar 93 % uporabnic.

6. Katere so najbolj priljubljene kategorije na Pinterestu?

Najbolj priljubljene kategorije na Pinterestu so:

1. potovanja,
2. zdravje in wellness,
3. DIY - »naredi sam« projekti (do it yourself),
4. ženska moda,
5. lepota,
6. hrana in
7. pijača ter
8. motivacijski izreki.

7. Kako se imenuje vsebina, ki je objavljena na Pinterestu?

Vsebina, ki je objavljena na Pinterestu, se imenuje pin.

8. Kaj ustvarite na Facebooku, Twitterju oziroma na Pinterestu?

1. Na Facebooku bi rekli, da ustvarite objavo (post),
2. na Twitterju tvit.
3. Ustvarjanje vsebine na Pinterestu pa se imenuje pin.

9. Za kaj gre, če pin delite?

Ko pin delite, gre za re-pin.

10. Kateri gumb imajo nekatere spletne strani nameščeno na svojih fotografijah?

Nekatere spletne strani imajo na svojih fotografijah nameščen gumb Pin it.

11. Kaj omogoča gumb Pin it obiskovalcem?

Gumb Pin it obiskovalcem omogoča, da fotografije s spletne strani shranijo v svoj board.

7.1 KAJ SPLOH JE PINTEREST?

1. Kaj je Pinterest?

Pinterest je v osnovi:

1. virtualna tabla,
2. na katero pripnete (pin-ate) vsebino, ki vam je všeč.

2. Kaj ustvarimo za različne kategorije vsebine, če gre za Pinterest?

Za različne kategorije vsebine ustvarimo t. i. boards (table), če gre za Pinterest.

3. Kako poimenujete tablo?

Tablo smiselno poimenujete, na primer:

1. Hrana,
2. Potovanja ali
3. Igrače za otroke.

4. Kaj pripenjate na vsako od teh tabel (boardov), če gre za Pinterest?

V vsako od teh tabel oziroma boardov nato pripenjate:

1. vaše pine s sorodno vsebino,
2. lahko tudi pine drugih uporabnikov Pinteresta.

5. Katere stvari so nujne za uspeh na Pinterestu?

Za uspeh na Pinterestu je nujno, da ste:

1. prijazni,
2. omenite vir vsebine svojega pina,
3. se izognete samopromociji in
4. prijavite neprimerno vsebino (na primer pornografijo).

7.2 JE PINTEREST PRIMEREN ZA MARKETING V SLOVENIJI?

1. Za katera podjetja je Pinterest prvenstveno priložnost?

Daleč največ iskanj na Pinterestu se seveda zgodi v angleškem jeziku, kar pomeni, da je Pinterest prvenstveno priložnost za podjetja, ki prodajajo na mednarodnem trgu.

2. Ali se splača, da so slovenska podjetja prisotna na Pinterestu?

Kaj to pomeni za podjetja iz Slovenije? Se jim splača prisotnost tudi na tem digitalnem kanalu? Odgovor je pritrdilen.

3. Zakaj se slovenskim podjetjem splača biti na Pinterestu?

Slovenskim podjetjem se splača biti na Pinterestu, zaradi kakovosti prometa s Pinteresta, saj ga večinoma uporabljajo ženske med nakupnim procesom.

3. Kako se prikažejo rezultati iskanja v Pinterestu?

Rezultati iskanja v Pinterestu se prikažejo kot pini v obliki slik.

4. Kaj je na vsaki sliki (pinu) zgoraj prikazano?

Na vsaki sliki (pinu) je zgoraj prikazan seznam vaših tabel (boardov).

5. Zakaj je zgoraj na vsaki sliki prikazan seznam vaši boardov?

Na vsaki sliki je zgoraj prikazan seznam vaših boardov, da lahko pin, ki vam je všeč takoj shranite v ustreznem board (dodate na svoj seznam želja in si izdelek v miru ogledate kasneje).

6. Kaj je na dnu vsake slike (pina)?

Na dnu vsake slike je link do spletne strani prodajalca (uporabnika Pinteresta).

7. Kaj se zgodi, če uporabnica klikne na sliko v pinu?

Uporabnica lahko tudi klikne na sliko v pinu in:

1. prikazala se bo podrobnejša predstavitev izdelka z njegovim opisom in
2. s komentarji uporabnikov.
3. Na fotografiji je še vedno link/povezava do proizvajalčeve strani.

7.3 KAJ UPORABNIKI POČNEJO NA PINTERESTU?

1. Kaj iščejo uporabniki na Pinterestu?

Uporabniki Pinteresta večinoma iščejo ideje, kako bi nekaj:

1. sami naredili,
2. skuhalo ali
3. kupili.

2. Kaj stori povprečni uporabnik na Pinterestu?

Povprečni uporabnik si na Pinterestu najprej:

1. ustvari svoje table (boarde) s področij, ki ga zanimajo.
2. Vsak board poimenuje, na primer
 - a. Hrana,
 - b. Potovanja ali
 - c. Igrače za otroke.
3. Nato prične iskati izdelke iz omenjenih kategorij.
4. Običajno iskanje prične na Pinterestu.
5. Ko vidi pin, ki mu je všeč, ga shrani v ustrezno tablo.

3. Ali lahko uporabnik prične slediti ustvarjalcu pina?

Uporabnik lahko prične slediti ustvarjalcu pina, ki mu je všeč.

4. Katere koristi bo imel uporabnik Pinteresta, če bo sledil ustvarjalcu pina?

Uporabnik bo v primeru nove objave dobil obvestilo, če bo sledil ustvarjalcu pina.

5. Kaj uporabniki Pinteresta, da pridobijo vse informacije o izdelku, še naredijo?

Da pridobijo vse informacije (ženske običajno naredijo temeljito raziskavo pred nakupom), nadaljujejo z iskanjem še na spletu.

6. Katere Pinterestovo razširitev za brskalnik Chrome, si lahko uporabniki namestijo?

Proces shranjevanja pinov je za uporabnike še enostavnejši, če si same namestijo Pinterestovo razširitev za brskalnik Chrome, ki se imenuje Pinterest Save Button.

7. Kaj morajo storiti uporabnik, če imajo inštaliran Pinterest Save Button?

Uporabniki, ki imajo inštalirana Pinterest Save Button, storijo naslednja dejanja:

1. kliknejo na rdečo ikono P (v brskalniku desno zgoraj),
2. izberejo fotografijo na spletni strani, ki so jo obiskale, in
3. tablo, v katero želijo shraniti fotografijo.

9. Kako lahko uporabnik uredi shranjen link?

Shranjeni pin, ki ni rich pin, lahko uporabnik tudi uredi, tako da:

1. spremeni naslov in besedilo, da si lažje zapomni:
 - a. v zvezi s čim ga je iskal oziroma
 - b. kako mu lahko koristi.

10. Kakšno zagotovilo je bogati pin (Rich pin)?

Samo t. i. Rich pin oziroma bogati pin je zagotovilo, da se bo med vsem tem:

2. pinanjem in
3. repinanjem ohranila
 - a. povezava do vaše spletne strani,
 - b. izviren naslov, opis in
 - c. po možnosti tudi cena izdelka.

7.4 RAZUMEVANJE PINTERESTOVEGA ISKALNIKA

1. Ali je po Googlu in YouTube Pinterest tretji najbolj uporabljen iskalnik na svetu?

Po Googlu in YouTube je Pinterest tretji najbolj uporabljeni iskalnik na svetu.

2. Kaj je specifika Pinteresta?

Specifika Pinteresta so krajše iskalne besede.

3. Kdaj boste dobili promet na Pinterestu?

Promet na Pinterestu boste dobili ob uvrstitvi med prvih 100 prikazanih pinov.

4. Kaj predlaga Pinterestov iskalnik med tipkanjem ključnih besed?

Tudi Pinterestov iskalnik vam med tipkanjem ključne besede predlaga različne rezultate (autofill).

5. Ali pri analizi ključnih besed izpišemo predlagane rezultate, da jih lahko uporabimo pri ustvarjanju svojega pina?

Pri analizi ključnih besed izpišemo predlagane rezultate, da jih lahko uporabite pri ustvarjanju svojega pina.

6. Kaj bo navedeno pod ključnimi besedami v iskalniku Pinterest?

Pod navedenimi ključnimi besedami bodo v samem iskalniku predlagani profili, ki so dobro optimizirani na to ključno besedo.

7. Kaj boste videli pod profili?

Pod profili boste videli seznam tabel, ki se imenujejo tako kot vaša ključna beseda.

8. Kaj se bo prikazalo, ko bomo kliknili določeno tablo?

Po kliku na določeno tablo se bodo prikazali rezultati oziroma pini, prikazani s slikami.

9. Kako prikazane pine lahko razvrstite v različne podkategorije?

Prikazane pine lahko razvrstite v različne podkategorije tako, da na koncu iskalnika kliknete možnost All Pins. Prikazale se bodo podkategorije:

1. Your Pins,
2. Product Pins,
3. Videos,
4. People in Boards.

10. Kako bo Pinterest pri zelo pogostih iskanjih pomagal uporabnikom?

Pri zelo pogostih iskanjih bo Pinterest uporabnikom pomagal tako, da bo pod iskalnikom prikazal dodatne kategorije. Za ponazoritev vanj vtipkajte besedo »shoes«.

11. Zakaj Pinterest pod iskalnikom za besedo Shoes predlaga skoraj 90 podkategorij?

Ta beseda spada med zelo uporabljane, zato Pinterest pod iskalnikom takoj predlaga skoraj 90 podkategorij, med katerimi so:

1. Sneakers,
2. Mens,
3. Womens,
4. Formal ipd.

12. Za kaj vse zgoraj opisano velja?

Seveda vse to večinoma velja za iskanje v angleškem jeziku.

13. Pri katerih jezikih lahko opazite dodatne funkcije?

Dodatne funkcije lahko opazite tudi pri italijanščini, nemščini in drugih jezikih. Morda bodo kdaj na voljo tudi v slovenščini.

14. Čemur se posvetite na Pinterstu, če gre za slovenski jezik?

V slovenskem jeziku se torej posvetite predvsem glavnim ključnim iskalnim besedam.

7.5 PINTEREST SEO

1. Kakšna je SEO-optimizacija pinov na intrestu v primerjavi z Googlom?

V primerjavi z Googlom je SEO-optimizacija pinov na Pinterestu:

1. veliko enostavnejša.
2. Svoje objave (pine) lahko optimizirate brez zahtevnejših orodij.

2. Kaj boste uporabljali za Pinterest optimizacijo?

Za optimizacijo boste v glavnem uporabljali opise.

1. Poimenovanje računa

1. Kako poimenujete račun (opis kanala)?

Pri poimenovanju računa:

1. uporabite svojo glavno ključno besedo.
2. Isto uporabite še v krajšem opisu kanala in
3. vanj vključite tudi ključne besede svojih bordov ali skupin.

2. Poimenovanje table

2. Kako poimenujete table?

Table poimenujete glede na to, kaj ljudje iščejo na Pinterestu. To izveste tako, da v iskalno okence:

1. vpišete ključno besedo in
2. nato iskalnik sam predlaga podobne priljubljene besede, ki jih ljudje iščejo (autofill).

3. Poimenovanje pinov

3. Kako poimenujete pine?

Pri poimenovanju pinov uporabite natančnejše ključne besede (long tail), ki opisujejo vsebino slike.

4. Vrednost pina sčasoma narašča

4. Kako se Pinterest vede pri nagrajevanju ustvarjalcev pinov?

Pinterest se pri nagrajevanju ustvarjalcev pinov vede podobno kot Google:

1. Starejši kot je vaš pin, več je vreden in večji obisk dobi.
2. Posledično lahko sklepate, da bodo pini s profilov, ki imajo ustvarjenih:
 - a. več tabel in
 - b. vanje dnevno dodajajo veliko pinov,
 - c. prikazani višje med rezultati.

5. Koliko časa vam bo pin prinašal obisk na spletno stran?

Pin vam bo torej prinašal obisk na spletno stran vsaj še leto dni.

6. Kako pin ponovno vrnemo v igro?

Potem ga repinajte in poskrbite, da enako naredijo še drugi uporabniki Pinteresta. Tako ga boste ponovno vrnili v igro.

7.6 POSLOVNI PINTEREST RAČUN

1. V kaj lahko spremenite osebni račun Pinterest?

Če že imate osebni račun, ga lahko spremenite v poslovnega.

2. Katero spletno stran obiščete tisti, ki boste Pinterestov račun ustvarili na novo?

Tisti, ki boste račun ustvarili na novo, obiščite business.pinterest.com in sledite spodnjim korakom.

3. Katero regijo morate izbrati pri registraciji, če boste na Pinterestu želeli oglaševati (1. korak: lokacija)?

Korak 1 (Lokacija in jezik): Če boste na Pinterestu želeli oglaševati, morate pri registraciji kot lokacijo izbrati regijo, v kateri je oglaševanje možno, npr. ZDA.

4. Katero lokacijo morate izbrati, ker oglaševanje v Sloveniji trenutno še ni možno (1. korak: lokacija)?

Oglaševanje v Sloveniji trenutno še ni možno, zato izberite lokacijo, kjer bi radi oglaševali.

5. Katero lokacijo morate izbrati, če ja vaš cilj ustvarjanje pinov, ki se bodo visoko uvrščali pri iskanju v slovenskem jeziku (korist pri SEO za lokalne ključne besede) (1. korak: lokacija)?

V kolikor ste:

1. podjetje iz Slovenije in
2. je vaš cilj ustvarjanje pinov, ki se bodo visoko uvrščali pri iskanjih v slovenskem jeziku,
3. kot lokacijo izberite Slovenijo,

4. kar vam bo koristilo pri SEO za lokalne ključne besede.
5. Lokacijo lahko sicer še spremenite v nastavitvah.

7. Kateri jezik morate izbrati, če trenutno ni možno izbrati slovenščine (1. korak: jezik)?

Trenutno pri jeziku ni možno izbrati slovenščine, zato izberite angleški jezik.

8. Kaj morate storiti v 2 koraku, če nastavljate poslovni pinterest račun?

V 2. koraku vpišite pri nastavljanju poslovnega pinterest računa:

1. ime znamke in
2. označite eno izmed kategorij.

9. Kaj morate storiti v 3 koraku, če nastavljate poslovni pinterest račun?

V 3. koraku vpišite ime in URL spletne strani.

10. Kaj morate storiti v 4 koraku, če nastavljate poslovni pinterest račun?

V 4. koraku pinterest profil lahko povežete z drugimi računi, kot sta:

1. Instagram in
2. YouTube.

11. Kaj morate storiti v 5 koraku, če nastavljate poslovni pinterest račun?

V 5. koraku označite, ali ste/boste v prihodnosti zainteresirani za oglaševanje na Pinterestu. Označite, da ja.

12. Kaj morate storiti v 6 koraku, če nastavljate poslovni pinterest račun?

V 6. koraku izberite teme, ki bodo najbližje vašemu poslu.

13. Kaj morate storiti v 7 koraku, če nastavljate poslovni pinterest račun?

V 7. koraku v svoj brskalnik lahko dodate bližnjico za Pinterest, da hitreje dostopate do njega.

14. Kaj morate storiti v 8 koraku, če nastavljate poslovni pinterest račun?

V 8. koraku bo Pinterest poiskal slike na vaši spletni strani in vam takoj dal možnost, da ustvarite svoj prvi pin.

7.7 SPOZNAJTE OKOLJE PINTERESTA

1. Business -> Home feed

1. Kaj je potrebno klikniti, da bo prikazana domača stran v Pinterestu?

S klikom na Business -> Home feed bo vedno prikazana domača stran.

2. Kaj bo prikazano na Home Feed?

Na home feed bodo prikazane:

1. vsebine tistih, ki jim sledite, in
2. relevantne vsebine glede na vaše interese.

2. Following

3. Kje najdemo koga sledimo?

Koga sledimo najdemo na: Your profile -> Following

3. Vaša profilna slika

4. Do česa boste lahko dostopali v razdelku Vaša profilna slika?

V razdelku Vaša profilna slika boste lahko dostopali:

1. do drugih računov, s katerimi ste morda povezani, in
2. do svoje profilne strani na Pinterestu.

4. Sporočila

5. Kaj lahko počnete na Pinterestu?

Na Pinterestu si lahko dopisujete z drugimi uporabniki.

6. Preko česa lahko dostopate do sporočil?

Do sporočil dostopate preko ikone oblaka.

5. Obvestila

7. Kaj najdete pod ikono zvončka?

Pod ikono zvončka najdete vsa obvestila.

6. Ustvari Pin

S klikom na Create -> Create pin lahko ustvarite pin.

7. Več (...)

7.1 Tune your home feed

7. Kje najdete Tune your home feed?

Spustni seznam Your profile -> Tune your home feed

8. Kaj določite na Pinterestu, če gre za prikazovanje na časovnici?

Na Pinterestu določite vrste vsebin, ki vam jih naj prikazuje na časovnici.

7.2 Settings

9. Kaj morate urediti na Settings?

Uredite na Settings:

1. profilno sliko,
2. ime,
3. opis,
4. lokacije,
5. spremenite povezani e-naslov,
6. dodajte povezavo do spletne strani,
7. uredite pošiljanje obvestil,
8. varnost idr.

Funkcije so zelo podobne tem na drugih platformah.

7.3 Ads support

10. Kje najdete Ads support?

Spustni seznam pri Your profile -> Ads support

11. Kaj najdete na povezavi Ads support?

Na povezavi Ads support najdete informacije o oglaševanju na Pinterestu.

7.4 Request a feature

12. Kje najdete Request a feature?

Spustni seznam pri Your profile -> Request a feature

13. Čemu služi Request a feature?

Pinterestu lahko predlagate izboljšave.

7.5 Get Help, See terms and privacy, Switch account

14. Kje najdete Get Help (iskanje odgovorov v primeru težav), See terms and privacy (Splošne informacije), Add account (še ena možnost za prijavo z drugim računom)?

Spustni seznam pri Your profile -> **Get Help** -> **See terms and privacy** -> **Add account**

8 Ustvarite pin in tablo (board)

1. Kako ustvarite pin in tablo (board) v Pinterestu?

Create -> Create pin (prikaže se obrazec za ustvarjanje pina)-> Drag and drop or click to upload images or video -> Add your title -> Tell everyone what your Pin is about -> Add a destination link -> Pri gumbu Publish -> All boards -> Create board

2. S čim naj se prične ime table?

Ime table naj se prične z glavno ključno besedo, za katero želite biti med prvimi prikazi.

3. Katero možnost boste videli pod imenom table (boarda)?

Pod imenom boste videli tudi možnost Keep this board secret.

4. Kaj pomeni, če izberete Keep this board secret?

Če izberete Keep this board secret, boste:

1. to tablo videli samo vi;
2. sem si torej lahko shranjuje te pine, ki so pomembni za vas, hkrati pa ne želite, da jih vidijo drugi;
3. te možnosti ne izberite, saj želite s tablo doseči veliko ljudi.

5. Ali smo tablo npr. poimenovali Digitalni marketing Slovenija, nato pa smo ustvarili še podtable?

Svojo tablo npr. poimenujemo Digitalni marketing Slovenija, nato pa smo ustvaril še podtable:

1. Facebook marketing,
2. Google SEO, Google AdWords,
3. LinkedIn marketing,
4. Pinterest marketing it

6. Kam dodajate pine, če ste poleg table ustvarili tudi podtable?

Če ste poleg table ustvarili tudi podtable, pine dodajate samo tja, da bodo vsebinsko pravilno razporejeni.

7. Ali kot podjetje ustvarjate le svoje pine in ne repinate drugih profilov?

Kot podjetje ustvarjate le svoje pine in ne repinate drugih profilov.

8.1 Ustvarjanje Pina z nalaganjem fotografije

1. Kje bo prostor za pokončno fotografijo?

Na levi strani bo prostor za pokončno fotografijo.

2. V katerem primeru bo fotografija zasedala več prostora na Pinterestovi časovnici?

Višja kot je fotografija (735 x 1102 px), več prostora bo zasedala na Pinterestovi časovnici.

3. S čim naj se začne naslov pisna?

Naslov pina naj se začne s ključno besedo, ki predstavlja njegovo vsebino.

4. Kakšen naj bo opis pina?

Tudi opis pina SEO optimizirajte tako, da:

1. na začetku,
2. večkrat vmes in
3. na koncu teksta vključite ključne besede, povezane z vsebino pina.

5. Ali izkoristite vseh 500 znakov za opis pina?

Izkoristite vseh 500 znakov za opis pina.

6. Kaj vključite za popestritev, poudarke teksta in lažjo berljivost?

Za popestritev, poudarke teksta in lažjo berljivost vključite tudi emotikone.

7. Kaj dodajte na koncu opisa?

Na koncu opisa dodajte do 20 relevantnih #hashtagov.

8. Katero znanje uporabljate pri oblikovanju pinovega naslova in opisa?

Pri oblikovanju pinovega naslova in opisa uporabljate znanje SEO-optimizacije za Google, saj Pinterestov iskalnik deluje podobno .

9. Kaj morate še prilepiti na pin?

Prilepite še povezavo do podstrani, do katere naj pin vodi.

10. Katere možnosti imate glede časa objave pina?

Določite lahko, ali:

1. naj se pin objavi takoj ali
2. datum objave v prihodnosti.
3. Pin dokončate s klikom na gumb Objavi.

9. Bogati pin (Rich Pin)

1. Katere so lastnosti bogatega pina (Rich Pin)?

Bogati pin je:

1. tip navadnega pina za:
 - a. izdelek,
 - b. članek ali
 - c. recept,
2. ki zraven pina prikazuje:
 - a. dodatne informacije in
 - b. je povezan s spletno stranjo.

2. Kaj bogati pin črpa iz spletne strani?

Bogati pin samodejno črpa iz spletne strani:

1. nekatere meta podatke, kot so:
 - a. naslov,
 - b. meta opis in
 - c. cena izdelkov.

3. Po čem prepoznate bogate pine?

Bogate pine prepoznate po:

2. dodatnih informacijah v povečanem pogledu pina in
3. poudarjenih naslovih na časovnici med drugimi pini.

4. Zakaj so za uspeh na Pinterestu bogati pini nepogrešljivi?

Za uspeh na Pinterestu je ta vrsta pina nepogrešljiva:

1. saj so opaznejši in
2. dosegajo več klikov na prikaze kot običajni pini.

5. Katere so prednosti bogatih pinov, ko smo jih uvodno nastavili?

Po uvodni nastavitvi je:

1. ustvarjanje bogatih pinov hitreje,
2. hkrati pa bodo podatki vedno posodobljeni, saj se prenašajo s spletne strani, kar je še posebej pomembno pri izdelkih z vedno posodobljeno ceno, akcijsko ponudbo itd.
3. V primerjavi z običajnim pinom je posebnost Bogatega Pina še ta, da drugi uporabniki ne morejo spremeniti njegovega naslova in opisa, ko ga shranijo v svojo tablo.
4. Bogati pin vsebuje tudi velik gumb za direkten dostop do vaše spletne podstrani.

9.1 Ustvarite Bogati Pin z Wordpressom

1. Kako ustvariti Bogati Pin z Wordpresom?

Bogati Pin z Wordpresom ustvariti na naslednji način:

1. Če je vaša spletna stran narejena s CMS-om Wordpress, najprej vanj dodajte vtičnik Yoast SEO.
2. V samem vtičniku (znotraj WordPress Dashboard) boste preverili naslednje:
 - a. Yoast SEO > General > Features.
 - b. Prepričajte se, da je Advanced settings pages nastavljen na »Enabled«.
 - c. Yoast SEO > Social > Pinterest.
3. Obiščite spletno stran pinterest.com/settings/claim.
4. V okvirček Claim your website prilepite link do svoje spletne strani (glavna domena) in kliknite Claim.
5. Med prikazanimi možnostmi izberite Add HTML tag.

6. Kopirajte kodo, ki se pojavi, in jo prilepite v polje vtičnika Yoast.
7. Tako je vaša spletna stran preverjena.

9. 2 Ustvarjanje Bogatega Pina

Obiščite stran <https://developers.pinterest.com/tools/url-debugger/>, v okvirček kopirajte link do svoje spletne strani in kliknite gumb Validate.

Vaša spletna stran bo nato potrjena in uspešno povezana.

Vsi vaši pini z vaše spletne strani bodo odslej samodejno Bogati Pini z vsemi pripadajočimi funkcionalnostmi. Vtičnik Yoast bo torej podatke črpal z vaše spletne strani in jih tudi samodejno osveževal.

Priporočam še, da fotografije pri opisu izdelkov uredite tako, da bodo karseda najbolje delovale Pinterestu (pokončne, dimenzije 735 x 1102 px). Enako velja za naslov in opis izdelkov, ki morajo biti SEO optimizirani že zaradi Google SEO-optimizacije.