# INSTAGRAM

Vom Like zum Impact:
So schafft ihr einen
eindrucksvollen Auftritt
und
Q&A

**Merle Schmid** 

Geschäftsführung Sales & Strategie



## **SOCIAL MEDIA IST KEIN NICE TO HAVE**

Durchschnittliche Nutzungsdauer von Social Networks

**MINUTEN PRO TAG** 

in Deutschland, altersübergreifend mehr als

60%

**NUTZEN SOCIAL MEDIA** 2-6 STUNDEN PRO TAG

in Deutschland, Gen Z

Bis zu 5.000 Bilder sehen Nutzer\*innen dabei jede Woche.

# **EURE INHALTE IN DER CONTENT-FLUT**

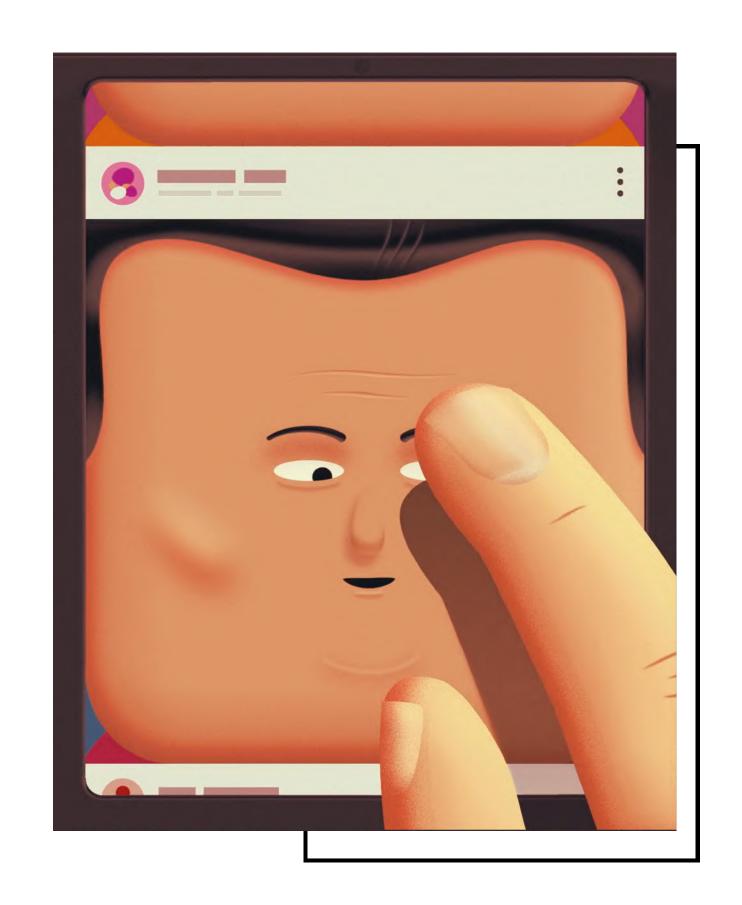
Content soll nativ sein - was heißt das eigentlich?

· muss in die Gewohnheiten der Nutzer\*innen auf der Plattform passen

## "Hi, ich mach Media-Multitasking!"

Wir nutzen Social Media (fast) nie allein

- · während wir Netflix schauen
- · in der Bahn
- · während wir in der Vorlesung zuhören
- · in der Mittagspause
- → schnell konsumierbar
- → snackable
- → auch ohne Ton konsumierbar



# WIE MUSS ALSO UNSER INSTAGRAM CONTENT AUSSEHEN?

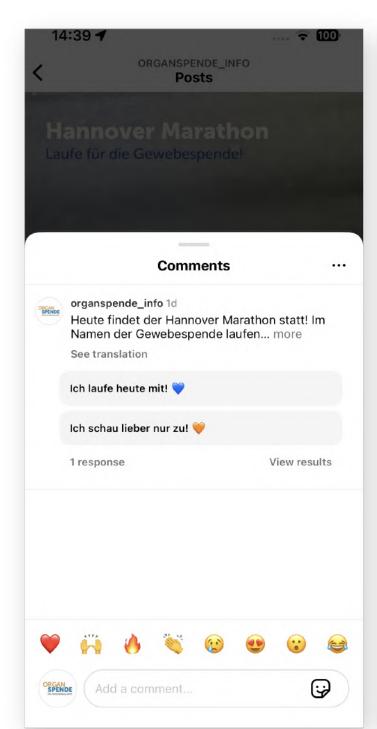
#### Step 1: Ein Zeichen an die Plattform!

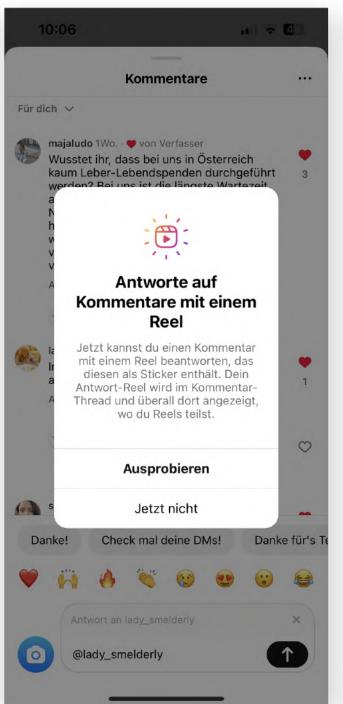
- regelmäßiger Output: 2-3 Posts / Woche + regelmäßige Stories
- I see what you did there, Instagram!
   → nutzt neue Features und Post-Typen

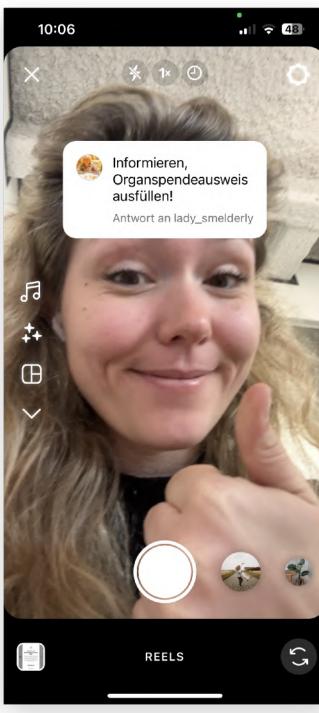
#### Instagram will, dass wir Instagram nutzen!

Den Kanal an alle aktuelle **Plattformtrends** hinsichtlich Post-Typen oder Tools anpassen.

- · Broadcast-Channels
- · Angepinnte Posts
- · Video-Content
- Stories
- Lives
- · Collab-Posts
- · und was Instagram entwickelt, wird getestet!:)







## WELCHE INHALTE KANN ICH EIGENTLICH SPIELEN?

#### Woher soll der Inhalt kommen?

#### 1) "Produktnah"

- → ihr seid die fachlichen Expert\*innen
- → Facts zu eurem Thema
- → warum ist das wichtig?
- → einfache Erklärungen
- → FAQs: welche Fragen hört ihr immer wieder?

Ein Thema, ein Posting.

#### 2) Probleme eurer Zielgruppe

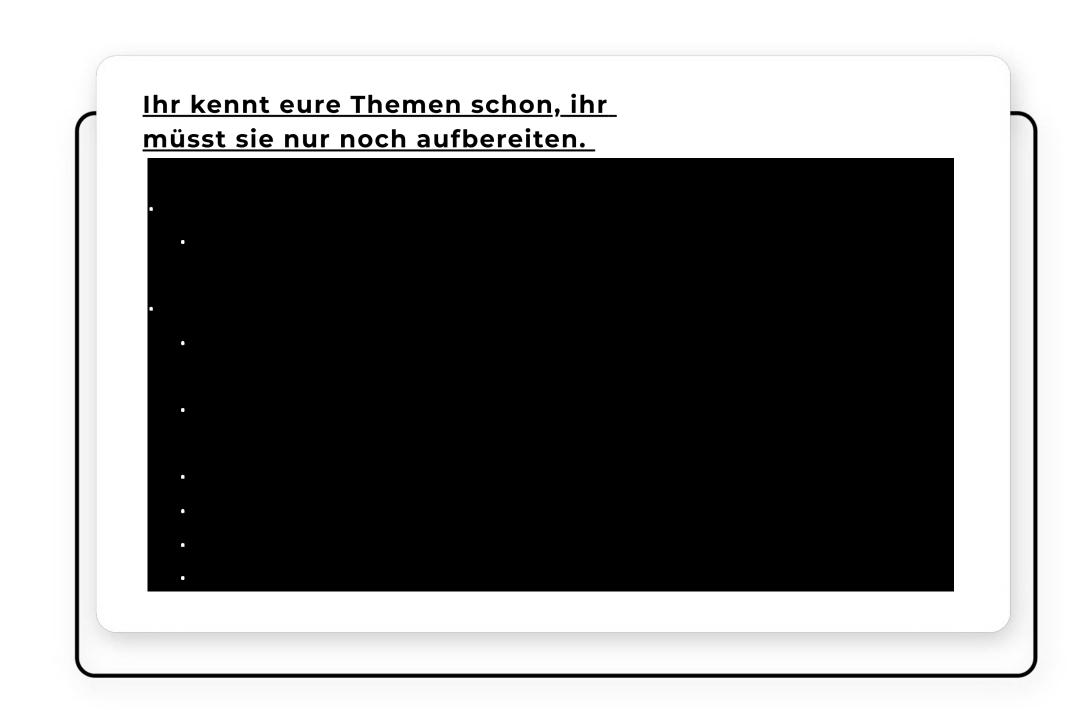
- → wie helft ihr?
- → in welcher Situation ist eure Zielgruppe?

#### 3) aktuelle Themen in den Medien

- → Reposts
- → aktuelle Entwicklungen neu verpacken (mit Quellenangabe)

#### 4) Bindet eure Community ein

- → Fragen stellen in den Stories
- → in Posts verwandeln

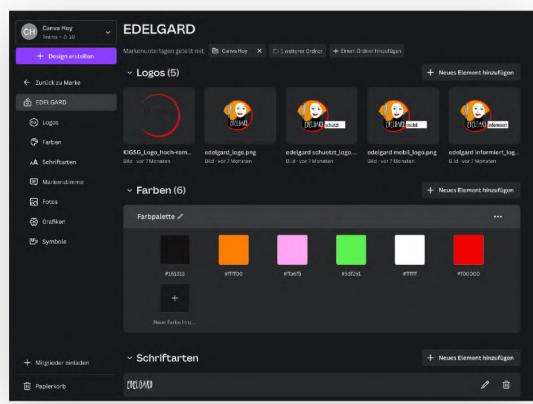


# SOCIAL CONTENT KREIEREN - GIBT ES EINEN EINFACHEN WEG?

#### NOPE.

Unsere Empfehlung:

- · Canva
  - · Brandhub nutzen
  - · legt euch Vorlagen an!
- Community
  - Durch individuelle Kommentare und Storys zur Teilnahme an Challenges oder Zusendung von Content anfragen
- Zur Teilnahme animieren
  - · gibt es Gruppen, die ihr in die Content-Produktion inkludieren könnt?



Alle Elemente eurer Auftretens auf einen Blick.



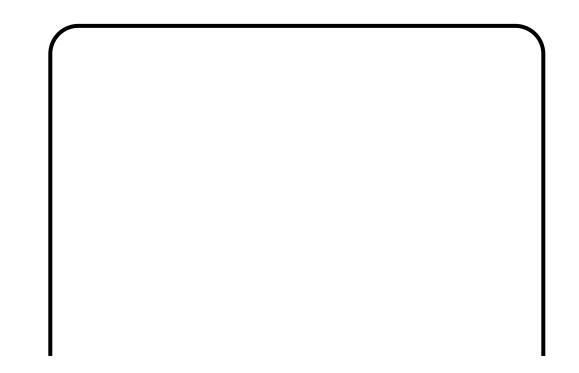
Eine Frage - viele Antworten!

# **EIN BEISPIEL AUS UNSEREM ALLTAG**

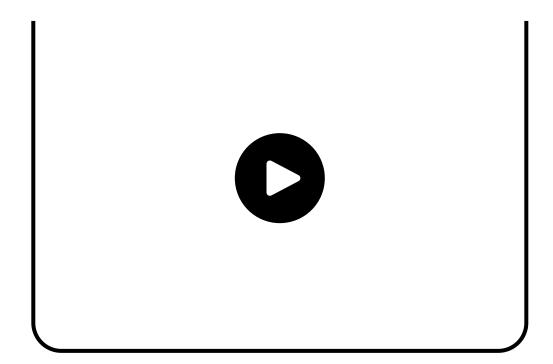








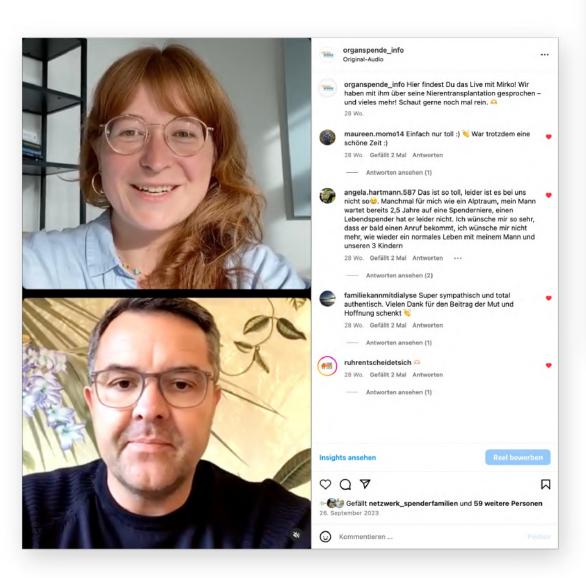
Reels machen mittlerweile ein Drittel des Contents aus, erreichen aber rund 50 % der Reichweite



# **VIDEO CONTENT - ABER WIE?**

#### 4 Ideen für euren Video Content

- · Fotoabfolge mit Musik hinterlegt
- · Animation mit Text (Canva oder Capcut)
- · Live-Formate
- · Begleitung von Events
- Interviewformate
- · Erklärformate in die Kamera







# **MULTIPLIKATOR\*INNEN ALS REICHWEITEN-BOOST!**

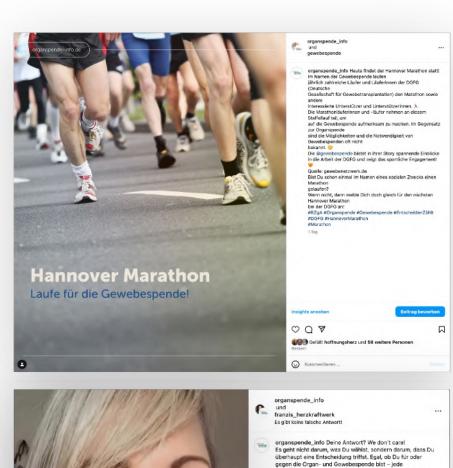
- → profitiert von bestehenden Communities, die nah an eurem inhaltlichen Kern sind
- → Reichweite, Social Proof, Authentizität

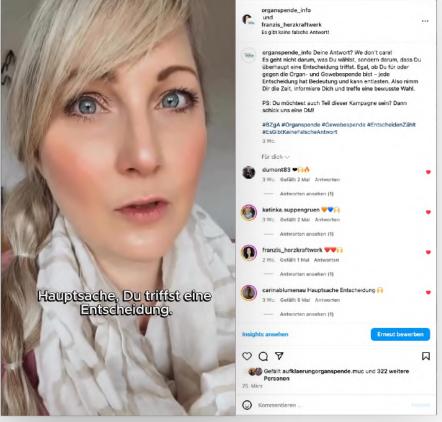
#### Eure Möglichkeiten:

- · Collab-Posts (mit bis zu 5 Autor\*innen)
- · Erwähnungen in Stories
- · Berichte in Stories
- · Taggen von User\*innen & Profilen, die zu euch passen und eure Werte vertreten

#### Ihr braucht keine großen Influencer\*innen, die Budget verlangen, um eure Reichweite zu erhöhen.

- Accounts, die sich vor allem zu eurem Thema äußern, sind die perfekten Influencer\*innen
- · Baut organische Bindung auf, die auch langfristig sind
- · Nutzt euer Sozialkapital, um Kollaborationen anzustoßen
  - Keine Angst vor Anfragen! Das Schlimmste, das passieren kann ist, dass ihr ignoriert werdet





# **COMMUNITY MANAGEMENT**

#### 1. AKTIV

- · Interaktion mit festgelegten Accounts:
  - Posts liken, kommentieren, sharen → wir bauen unsere Community aktiv aus!
- Kontakt zu Partner-Accounts/ Influencer\*innen aufbauen.
  - Gezielt auf Postings, Aktionen etc. aufmerksam machen.
  - Zum Teilen auffordern.
  - Co-Autoren-Posts
- · Relevanten Fremd-Content in Stories teilen.



Erstellt euch eine Liste mit 20 - 50 Accounts, bei denen ihre regelmäßig interagiert.

#### 2. REAKTIV

- · Nachrichten beantworten.
- · Auf Kommentare reagieren/beantworten.
- Moderation und lösungsorientiertes Konfliktmanagement.



# WHAT THE HOOK?

- kognitive Trigger oder
- emotionale Reize, um Interesse zu wecken

Ein guter Hook überrascht, provoziert, erfreut oder inspiriert!

#### **FÜNF BEISPIELE**

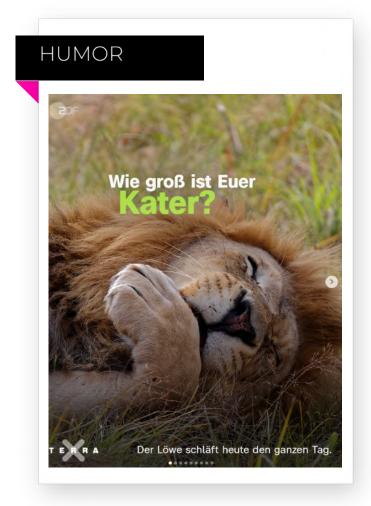
Perspektivenwechsel: Probier mal ... statt ...

Vergiss alles, was du über ... zu wissen glaubst.

Was [aktuelles Thema] uns über ... lehrt.

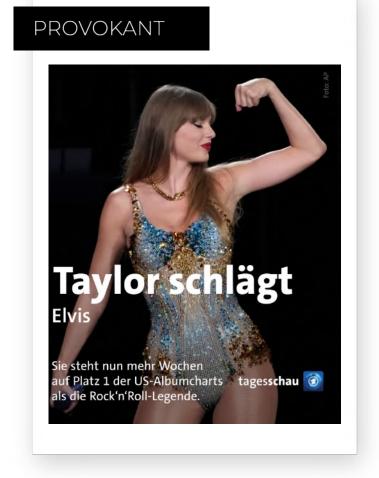
Warum [Thema] gerade jetzt relevanter ist als je zuvor.

Wusstest du, dass ...?









# WAS BESCHÄFTIGT EUCH?