

INSTAGRAM MARKETING FÜR DEIN UNTERNEHMEN

Veröffentlicht am 11. Oktober 2017 von jkonrad



Wie Instagram Dein Marketing unterstützt

Instagram bietet Dir die Möglichkeit, Dich über Bilder zu präsentieren. Doch das ist längst nicht alles - die Plattform kann Dich im Social Media Marketing unterstützen und Dein Unternehmen bekannter machen. Wie Du Deine Instagram Marketing Strategie ausrichtest, Deinen Content planst, Follower gewinnst und Deine Posts am besten gestaltest, erfährst Du hier.

ÜBERSICHT

- [Was ist Instagram?](#)
- [Instagram für Dein Business](#)
- [Ziele für Dein Instagram Profil](#)
- [Content Marketing Strategie für Deinen Instagram Account](#)
- [Dein Instagram Profil](#)
- [Hashtags](#)
- [Interaktion mit Deinen Followern](#)
- [Marketing mit Social Media](#)
- [Business Account – Hol das Maximum aus Instagram heraus](#)
- [Instagram Analytics](#)
- [Instagram Shopping-Funktion](#)
- [Influencer Marketing](#)
- [Wie erhältst Du Instagram?](#)

WAS IST INSTAGRAM?

Instagram ist eine **kostenlose Foto- und Video-Plattform**, die seit 2012 zu **Facebook Inc.** gehört. Instagram, umgangssprachlich auch auch „Insta“, ist sowohl ein soziales Netzwerk für den Freizeitspaß bzw. Zeitvertreib als auch eine wichtige Plattform für Unternehmen und ihr Image. Nach eigenen Aussagen von Instagram im August 2017 sind in Deutschland **15 Millionen** Menschen auf der Plattform aktiv. Weltweit sind es sogar über **800 Millionen** monatliche User. Unternehmen nutzen diese **große Reichweite**, um ihre **Marketingbotschaften** gezielt auf ihre Zielgruppen auszurichten. **Über 2 Millionen** Unternehmen schalten Werbung auf Instagram.

Instagram hat zunächst - wie alle Social Media Apps - klein angefangen. Die App diente dazu, Bilder so zu bearbeiten, dass sie wie vom Profi wirken. Die bearbeiteten Fotos können daraufhin auf dem eigenen Instagram Profil geteilt werden. Deine **Follower** – zu vergleichen mit Facebook-Freunden – können die Bilder dann liken, kommentieren oder weiter teilen. Mittlerweile kann man die Bilder auch per Privatnachricht an seine Instagram Freunde weiterleiten und auch speichern, um sie leichter wiederzufinden.

Instagram verbindet sich bei Bedarf mit anderen Social Media Plattformen wie **Facebook** sowie Deinem Mail Account oder Adressbuch und zeigt Dir so, welche Deiner Freunde und Kontakte ebenfalls Instagram nutzen. So kannst Du Deine Bilder nicht nur mit Deinen Freunden teilen, ihr könnt Euch so auch gegenseitig folgen und Eure Beiträge liken, teilen oder kommentieren.

INSTAGRAM FÜR DEIN BUSINESS

Um **Traffic** auf Deinem Account zu generieren, empfiehlt sich das sogenannte **Storytelling**. Hier vermittelst Du anhand von Geschichten Informationen zu Deinem Unternehmen oder Deinen Produkten. Dabei baust Du nicht nur Nähe zu Deinen Followern auf, sondern kannst auch Dein Image steigern. Denn mit diesen Botschaften verankerst Du Dich positiv im Gedächtnis Deiner Follower, ohne dass diese als Werbung wahrgenommen werden – von Unternehmens- bis zu Produktgeschichten kannst Du also auch Emotionen wecken und Spannung aufbauen. So wirkst Du innovativ und bleibst mit Deiner Marke positiv in Erinnerung.

Instagram ist für Unternehmen deswegen ein wichtiges **Marketing Tool**, da es mittlerweile über 500 Millionen Nutzer verbuchen kann - mehr als 300 Millionen Menschen nutzen Instagram sogar täglich.

Die Plattform bietet Dir und Deinem Unternehmen die Möglichkeit, schnell viele Menschen zu erreichen. Du erhöhst die Reichweite Deiner Zielgruppe und steigert Deine Sichtbarkeit.

INSTAGRAM STORIES

Um Dein **Storytelling** zu verbreiten, kannst Du Deine Geschichten in den Instagram Stories platzieren. Hier hast Du die Möglichkeit, Fotos und Videos für 24 Stunden sichtbar zu machen – danach verschwinden Sie wieder und können durch neue ersetzt werden. Zusätzlich gibt Instagram Dir hier die Chance, ein Live-Video zu starten. So kannst Du Deine Follower in Echtzeit an Deinem Geschehen teilhaben lassen und stärker an Dein Unternehmen binden.

Du kannst die Inhalte Deiner Story nicht nur mit Filtern aufpeppen, sondern auch mit Text oder Skizzen anschaulicher machen. Hier solltest Du allerdings nicht übertreiben – Du willst Fans gewinnen und sie nicht durch Unübersichtlichkeit vertreiben. Finde die goldene Mitte und richte die Inhalte an Deine Follower aus.

DER INSTAGRAM ALGORITHMUS: GEWINNE RELEVANZ

Seit einem Jahr gibt es einen veränderten Instagram **Algorithmus**. Dieser sorgt dafür, dass Bilder und Videos in den Timelines nicht mehr chronologisch, sondern nach **Relevanz** angezeigt werden. Eine hohe Relevanz erreichst Du zum Beispiel dadurch, dass User Deine Beiträge anklicken, liken oder kommentieren. Somit ist es wichtig für Dich, dass Deine Beiträge eine hohe Reichweite erzielen und gut bei Deinen Followern ankommen, um nicht in der Timeline der User unterzugehen. Wie

genau Du das erreichst und wie Instagram Dein Marketing bestmöglich unterstützen kann, erfährst Du in diesem Artikel.

ZIELE FÜR DEIN INSTAGRAM PROFIL

Um eine einheitliche Social Media Präsenz zu erstellen, solltest Du Dir vorher Gedanken darüber machen, welche Zielgruppe Du erreichen möchtest und welche Ziele Dein Instagram Profil unterstützen soll. Damit Dein Social Media Marketing erfolgreich ist, sollten diese an Deine **Unternehmensziele** angeknüpft sein.

Mit Instagram als Marketingtool kannst Du zum Beispiel Deinen Produktabsatz, Deine Reichweite und Markenbekanntheit steigern und gleichzeitig mehr Traffic auf Deiner Website generieren.

Die Stärke von Instagram liegt darin, Dir die Möglichkeit zu geben, Dein Produkt optimal zu visualisieren.

Sobald Du weißt, wie Instagram Dein Unternehmen bekannter machen kann, wirst Du Dir auch schnell über die nötigen Schritte bewusst.

ZIELE INSTAGRAM MARKETING:

- Steigerung der Bekanntheit und Reichweite
- Markenimage bilden und ausbauen bzw. stärken
- Steigerung des Traffics auf Deiner Website
- Neue Kunden erreichen und Bestandskunden binden
- Steigerung des Umsatzes

Du solltest Dir auch darüber Gedanken machen, wann und in welchen Zeitabständen Du auf Instagram posten solltest und welche Themen Du auf Deinem Profil thematisieren möchtest.

Ein gut durchdachter und zielgerichteter Instagram Account mit überschaubaren Posts ist in der Regel erfolgreicher als ein Account, der mehrfach täglich wahllos gefüllt wird. Posts sollten im Voraus geplant sein und Dein Content muss wirken: die geposteten Bilder und benutzten Bildunterschriften sollten aufeinander abgestimmt sein und Deine Marke bzw. Dein Image wirklich reflektieren.

CONTENT MARKETING STRATEGIE FÜR DEINEN INSTAGRAM ACCOUNT

- Zeitpunkt und -abstände Deiner Posts
- Content thematisch eingrenzen
- Abstimmung von Bild und Überschrift
- Sprachstil und -strategie auf Deine Zielgruppe ausrichten

Zu welcher **Tageszeit** Du postest, hängt von Deiner Zielgruppe ab. Wenn Du eher Schüler und Studenten ansprichst, ist es ratsam, nach der Schule oder den ersten Vorlesungen zu posten. Ist Deine Zielgruppe schon berufstätig, solltest Du die Mittagspause oder den Feierabend abpassen. Mit der Zeit lernst Du allerdings auch, welcher **Instagram Post** zu welcher Uhrzeit besonders gut funktioniert.

Wichtig ist es, sich daran zu erinnern, dass Instagram zwar für viele ein Zeitvertreib ist, Du die Social Media Plattform aber innerhalb des Marketings nutzen möchtest, um Dein Produkt zu präsentieren. Du musst Deine Posts also **analysieren**, hinterfragen und überlegen, warum Post A mehr Likes als Post B bekommen hat. Wenn Du die Dynamik hinter Deinen Likes verstehst und weißt, warum bestimmte Posts besonders gut funktionieren, kannst Du auf diesem Wissen aufbauen und Deine Strategie darauf abstimmen. Kontinuierliches **Monitoring** und ständige **Optimierung** ist also das A und O für Dein erfolgreiches Instagram Marketing.

INSTAGRAM MARKETING: ZIELGRUPPE

Wenn sich Dein Business nicht in der „Lifestyle-Branche“ wiederfindet, sondern Du in der **Automechanik** oder als **Steuerberater** tätig bist, hilft es, Deine Inhalte mit bestimmten Dingen zu verknüpfen, die Deine Follower mögen.

Wir empfehlen Dir, Deine **Zielgruppe kennenzulernen** und zu wissen, welche Produkte Deine Follower mögen und welche Interessen sie haben. Zum Beispiel hast Du als **Kfz-Mechaniker** die Möglichkeit, auf Instagram besondere Angebote zu vermarkten: Die Hauptuntersuchung steht an und Du postest ein Bild von einem Topangebot in Kombination mit einem ansprechenden Auto. Da Deine Follower sich für Deine Kfz-Werkstatt und somit wahrscheinlich auch für Autos interessieren, wird dieser Post gut ankommen.

Der Steuerberater kann seine Leistungen auf Instagram teilen, in dem er zum Beispiel eine Tasse

Kaffee postet und seinen **Followern** und **potenziellen Kunden** suggeriert, dass sie sich eine kurze Auszeit gönnen können, da er sich um ihre Steuerangelegenheiten kümmert.

Um auf Instagram erfolgreich zu sein und das Marketing zu unterstützen, ist es von großer Bedeutung, viel **Zeit und Kreativität** in Deinen Account zu stecken. Wer nur mal so nebenbei ein Instagram Account aufbauen möchte, wird schnell merken, dass das so einfach nicht geht und kontinuierliche Arbeit erforderlich ist.

INSTAGRAM MARKETING: CONTENT

Content ist wichtig und sollte Deine Follower ansprechen. Du musst Dir keine Sorgen machen, wenn Deine Firma nicht zu den gängigen **Lifestyle Unternehmen** gehört. Restaurants oder Modemarken haben es auf den ersten Blick einfacher, ihr Produkt zu vermarkten. Allerdings kannst Du auch auf Dein Produkt aufmerksam machen, indem Du Dich und Dein Team auf Instagram von einer offenen und sympathischen Seite präsentierst. So vermarktest Du nicht nur Deine Produkte, Du stellst auch den **Charakter und die Kultur** Deines Unternehmens dar. Denn anders als bei klassischen Medien steht hier die Kommunikation und Interaktion mit dem Kunden im Vordergrund.

DEIN INSTAGRAM PROFIL

Als **Profilfoto** bietet sich aus Gründen des Marketings Dein Firmenlogo oder Dein Produkt an – ähnlich verhält es sich mit Deinem Instagram **Namen**. Wenn Du mehrere Produkte vermarkten möchtest, raten wir Dir, Deinen Firmennamen – oder den Namen, unter dem Du auch auf anderen Social Media Plattformen zu finden bist – zu verwenden.

Dein **Profilbild** wird innerhalb der App mit einer Auflösung von 110 x 110 Pixeln dargestellt. Bei den Fotos musst Du darauf achten, dass Instagram diese in quadratischer Form veröffentlicht. Die maximale Auflösung des Posts beträgt 2.048 x 2.048 Pixel, wobei die Standardgröße 612 x 612 Pixel beträgt.

PRIVATER INSTAGRAM ACCOUNT ODER FÜR ALLE SICHTBAR?

Wenn Du Deinen Instagram Account nun aktiv für die Unterstützung Deines Marketings nutzen willst, erklären wir Dir hier die Basics und arbeiten uns zu den **Insider-Tipps** vor.

Ist Dein Profil öffentlich, kann dieses jeder Instagram Nutzer sehen. Wenn Du Deine Seite hingegen nur privat veröffentlichst, sehen nur **Deine Follower** Deinen Content. Dann gehört es auch zu Deinen Aufgaben, die Anfragen Deiner Follower anzunehmen oder abzulehnen. So verlierst Du nie den Überblick, mit wem Du Deine Inhalte teilst.

Für **Marketingzwecke** – ob Du nun Dein Unternehmen, Dein Produkt oder Dich selbst vermarkten möchtest – empfehlen wir Dir, Dein Profil für alle Instagram Nutzer sichtbar zu machen.

Um Dich mit Instagram vertraut zu machen, lohnt es sich, Instagram vorerst für private Zwecke zu nutzen. So kannst Du erste Eindrücke gewinnen und sehen, wie andere Unternehmen sich und ihr Produkt auf Instagram vermarkten.

HASHTAGS

Mit dem Erfolg des Internets und einer ständig wachsenden Anzahl von Webinhalten sollten **Hashtags** die Lösung für eine Kategorisierung bieten und Suchhilfe bringen. So wird ein Hashtag heute genutzt, um Informationen einem bestimmten Thema zuzuordnen. Mit den Instagram Hashtags kannst Du unter Deinem Bild zum Beispiel den Ort oder eine Location verlinken.

Wenn Du auf Instagram genau nach diesem Hashtag suchst, werden Dir alle Bilder angezeigt, die damit geteilt wurden. Wenn Du also ein Bild mit #düsseldorf #agenturleben #sonne postest, dann wird Dein Foto unter diesen Hashtags anderen Nutzern angezeigt. Durch die Nutzung erhöhst Du Deine Reichweite und die Sichtbarkeit Deiner Bilder. Suchen potenzielle Kunden nach #onlinemarketingagentur und Dein Post ist mit diesem Hashtag versehen, wird Dein Bild von ihnen gefunden.

Um diese Funktion voll ausnutzen zu können, müssen Deine Bilder allerdings für alle Nutzer sichtbar sein. Ist Dein Profil privat, kannst Du die Hashtags nutzen, um Deinen Freunden zum Beispiel mitzuteilen, wo Du Dich gerade aufhältst. Oft werden Hashtags auch als Bildunterschrift genutzt, die neben dem eigentlichen Kommentar als witzige Ergänzung dienen. Folgendes Bild zeigt Dir ein Beispiel, wie Du mit Hashtags Dein Unternehmen vernetzen kannst und gleichzeitig die Möglichkeit hast, Dich und Dein Unternehmen humorvoll und innovativ zu präsentieren.

Vorher noch ein Tipp für Dich: Nutze die Hashtags, um Dein Unternehmen hervorzuheben. Wenn die **Media Company** beispielsweise ein Gewinnspiel veranstaltet, können wir den Hashtag #webweisendwinner verwenden. Diesen müssen dann alle Teilnehmer unter Ihr Foto setzen, um am Gewinnspiel teilzunehmen und von uns gefunden zu werden. Zusätzlich können andere Instagram Nutzer darauf stoßen – somit erhöhst Du ebenfalls Deine Reichweite.



online.marketing.duesseldorf Wikingerschach im Grünen!

#heyheywickie #heywickiehey #qualitytime
 #bonding #wichtigemeetings
 #meetingimgrünen #familienausflug
 #firmenausflug #firmenevent #schachmatt
 #wikingerschach #haloibims #1wikinger
 #sommer
 #webdesign #onlinemarketing
 #marketingagentur #marketingagency
 #düsseldorf #nrw #mediacompany
 #onlinemarketingdüsseldorf
 #webdesigndüsseldorf #onlinemarketingnrw
 #agency #online #seo #webdesignageny
 #agenturleben #agencylife



Gefällt 60 Mal

1. AUGUST

Mit Hashtags wirkt Dein Post lebendiger

Mit firmenspezifischen Hashtags unterstützt Du das **Branding** Deines Unternehmens und Deines Produkts. Um Dein Branding noch bekannter zu machen, empfehlen wir Dir, ein Thema für Deinen Account festzulegen. Das heißt nicht, dass Du nur noch bestimmte Bilder posten sollst. Hierbei geht es vielmehr um Deinen Wiedererkennungswert. So kannst Du zum Beispiel Deine Bilder immer mit einem Wasserzeichen oder Firmenlogo versehen.

Einen ähnlichen Effekt erzielst Du, wenn Du nur in schwarz-weiß postest oder Deine Bilder immer mit dem gleichen Filter bearbeitest. Deine Follower werden schnell merken, dass ein bestimmtes Bild von Dir gepostet wurde, wenn Du einem Stil oder Thema treu bleibst.

Branding kann durch viele Faktoren verstärkt werden. Ein Key-Element ist allerdings ein großer Wiedererkennungswert – also der berühmte rote Faden, der sich im Optimalfall durch Deine ganze Social Media Präsenz zieht. Das Branding Deines Unternehmens oder Produkts verstärkst Du also durch regelmäßiges posten, bei dem Du eine klare Strategie verfolgst.

INTERAKTION MIT DEINEN FOLLOWERN

Instagram bietet sich deshalb für Marketingzwecke an, da Du Dich mit Deinen Followern oder auch potenziellen Kunden und Bestandskunden austauschen kannst. Deine Zielgruppe hat es leichter, Kontakt zu Dir und Deinem Unternehmen aufzunehmen und muss nicht vorher eine Telefonnummer oder Mailadresse ausfindig machen. So bekommst Du schneller und einfacher Feedback, kannst Dein Produkt oder Deine Leistung verbessern und eine hohe Kundenzufriedenheit gewährleisten.

Um immer mitzubekommen, wenn jemand Dein Bild auf Instagram kommentiert oder Dir eine private Nachricht schickt und schnell darauf reagieren zu können, ist es sinnvoll, die **Push-Benachrichtigungen** von Instagram zu aktivieren. Wenn Du Instagram neu installierst, fragt Instagram automatisch danach. Du kannst diese Funktion allerdings auch noch nachträglich einstellen.

Unser Tipp: Bei negativer Kritik solltest Du den Kommentar nicht löschen. Frag nach und zeig Dich bemüht, das Problem Deines Kunden zu beheben. So sieht auch potenzielle Kundschaft, dass Du Dich dem Problem annimmst und aktiv eine **Lösung** suchst. Instagram gibt Dir die Chance, Dich **interaktiv** mit Deiner Zielgruppe auszutauschen und auch zu zeigen, dass Du Dich um Deine Kunden kümmerst und Dein Produkt stetig verbesserst.

Als weiteren **Tipp** empfehlen wir Dir, möglichst vielen Instagram Nutzern zu folgen und auf Dich aufmerksam zu machen: like, kommentiere und verlinke. Das solltest Du nicht wahllos angehen, aber ein aktiver Instagram Account hat das Potential, mehr **Aufmerksamkeit** zu erlangen und so Dein Marketing stärker auszubauen.

Nur wenn Du Deinen Instagram Account **aktiv** nutzt und alle Funktionen ausschöpfst, steigt die Anzahl Deiner Follower und somit auch Dein Bekanntheitsgrad. Je mehr Menschen Deine Firma kennen, desto größer ist die Wahrscheinlichkeit, dass Kunden Dein Produkt kaufen. Eine recht simple **Marketingstrategie**, die in der Ausführung viel Geduld und vor allem viel Liebe zum Detail benötigt.

MARKETING MIT SOCIAL MEDIA

Vernetze Deine Social Media Profile und mache Deine Facebook Freunde darauf aufmerksam, dass Du nun auch auf Instagram, Pinterest oder Snapchat zu finden bist. Um eine ganzheitliche Social Media Präsenz aufzubauen, empfehlen wir Dir, Deine verschiedenen Social Media Accounts miteinander zu vernetzen und den Content aufeinander abzustimmen. Egal, auf welcher Plattform

Du postest, jeder Post repräsentiert Dein Business. Das heißt, Du solltest auch für **Facebook, Twitter und Co.** eine Marketingstrategie verfolgen und überlegen, welche Zielgruppe Du mit den verschiedenen Plattformen erreichen willst. An dieser Stelle empfehlen wir Dir, nicht auf allen sozialen Netzwerken die selben Inhalte zu posten.

Auf [Facebook](#) kannst Du zum Beispiel ein wenig professioneller vorgehen: Teile Artikel zu Themen, Die Dir und Deinem Unternehmen wichtig sind – diese können auch humorvoll gestaltet sein oder die Region unterstützen, in der Du tätig bist. Denke daran, dass Deine Kunden hier die Kommentarfunktion nutzen und Dir so Feedback zukommen lassen können.

Bei [Twitter](#) hingegen handelt es sich um ein Echtzeit-Medium: Nutzer interessiert das, was gerade passiert. Du musst also schnell auf aktuelle Trends reagieren, um nicht in der Timeline Deiner Follower unterzugehen.

Das ist bei Instagram anders. In einer eher lockeren Atmosphäre stellst Du Dich und Dein Unternehmen mit ansprechenden Bildern dar und sorgst so dafür, dass Deine Follower sich mit Deiner Marke identifizieren können.

Du solltest Dir also bewusst sein, welche Zielgruppe Du auf den verschiedenen Plattformen ansprechen möchtest und welche Form von Inhalten sie dort erwarten – plane Deinen Content und richte ihn dementsprechend aus.

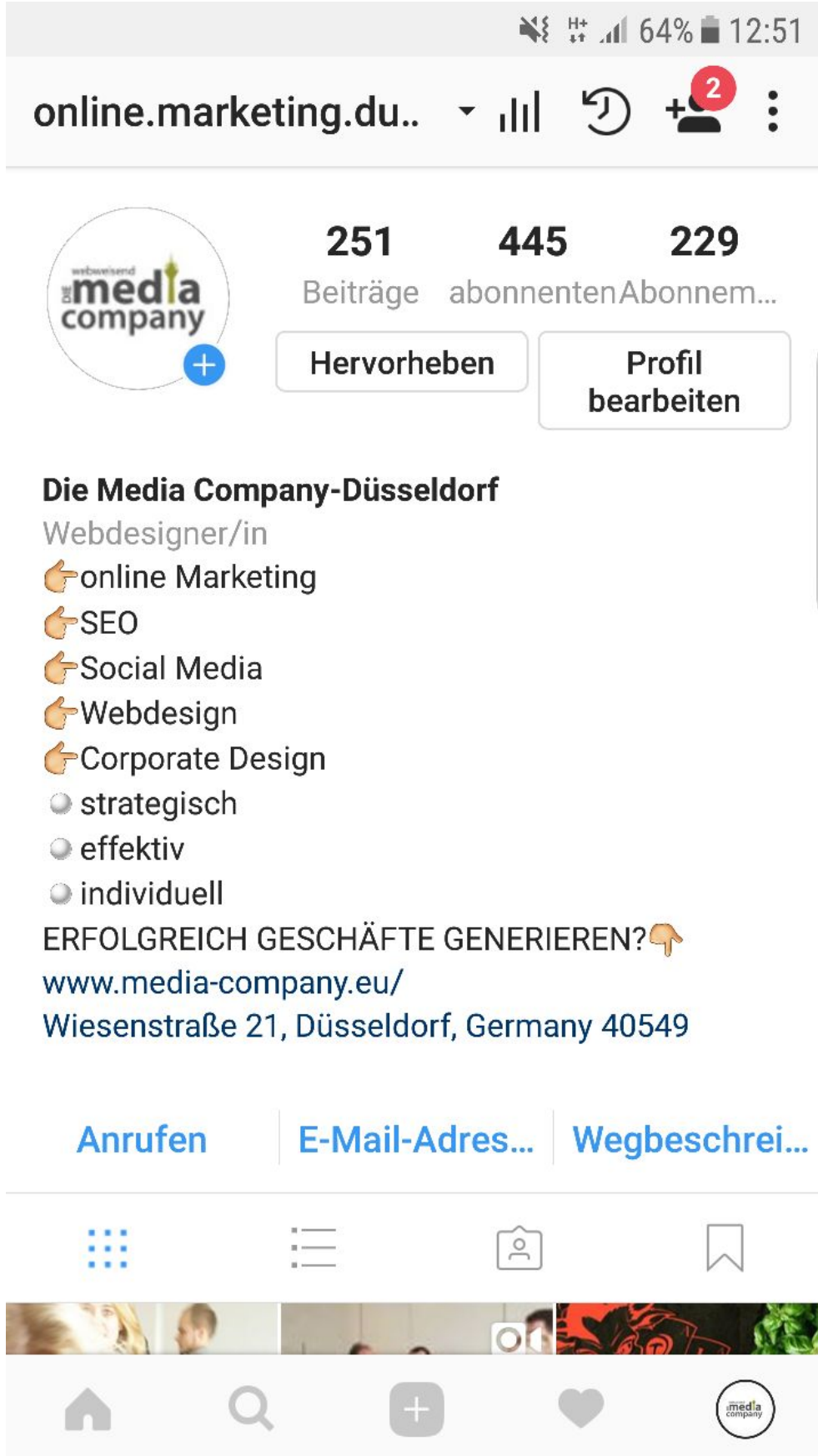
BUSINESS ACCOUNT – HOL DAS MAXIMUM AUS INSTAGRAM HERAUS

Mit Instagram kannst Du nicht nur einen „normalen“, sondern auch einen **Business Account** verwalten. Dieser erhöht nicht automatisch Deine Reichweite, verfügt aber über interessante Features, die Dich bei Deinem Instagram Marketing unterstützen.

Hier musst Du allerdings beachten, dass Du für einen Business Account einen Facebook-Account benötigst. Wenn Du diese miteinander verbindest, wandelt sich Dein bestehendes Instagram-Konto in einen Business Account um. Welchen Unterschied das macht, kannst Du hier erkennen:

The screenshot shows the Instagram profile page for 'das_grillfachgeschaeft'. At the top, there are navigation icons for Facebook, a notification bell, signal strength, 64% battery, and the time 12:50. The profile name 'das_grillfachgeschaeft' is followed by a refresh icon, a plus icon with a red notification bubble containing the number '3', and a three-dot menu icon. Below this is the profile picture, which is a circular logo featuring a red bull's head and playing cards. To the right of the profile picture are the statistics: 31 Beiträge (posts), 120 abonntenen (followers), and 63 Abonnem... (subscriptions). A button labeled 'Profil bearbeiten' (edit profile) is located below the statistics. The bio section contains the text 'Das Grillfachgeschäft' and the website URL 'www.das-grillfachgeschäft.de/'. Below the bio are four navigation icons: a grid icon, a list icon, a person icon with a red notification bubble containing the number '1', and a bookmark icon. The main content area is a grid of nine images: 1. A beer and a burger with the text 'Unser Beitrag ZUR EINHEIT'. 2. Three strips of raw meat. 3. A whole roasted chicken on a rotisserie. 4. A bottle of 'STUBB'S' spicy sauce. 5. Grilled meat on a wooden board. 6. Another view of grilled meat on a wooden board. 7. A close-up of bread rolls. 8. Several jars of spices. 9. A close-up of a menu or document.

Beispiel normaler Account



Beispiel Business Account

Nutzt Du einen Business Account, ergeben sich viele **nützliche Vorteile**: Du hast nicht nur mehr Platz, um Informationen Deines Unternehmens aufzuführen, sondern Deine Follower haben hier auch direkt die Möglichkeit, Dich anzurufen, Dir eine E-Mail zu schicken und eine Wegbeschreibung zu Dir aufzurufen. So bist Du einfacher für Deinen Kunden erreichbar.

Um Deinen Business Account zu verwalten, benötigst Du kein zusätzliches **Analytics Programm**, da Instagram Dir Statistiken zu folgenden Themen bereits anzeigt:

- Fluktuation der Follower
- Deine Reichweite, Profilaufrufe & Webseitenklicks
- Alter und Herkunftsort Deiner Follower
- Uhrzeit und Tage, an denen Deine Follower am aktivsten sind

Zusätzlich erlaubt Dir ein Instagram Business Account **Einsicht auf Statistiken** zu einzelnen Posts, in denen Du gezielte Informationen erhältst zu:

- Likes
- Kommentaren
- Anzahl der Nutzer, die den Post gespeichert haben
- Impressionen
- Reichweite
- Interaktionen

Diese Funktion ist allerdings erst dann freigeschaltet, wenn du **100 Follower** hast.

Der Business Account erstellt Dir ebenfalls **Auswertungen** zu Deiner Instagram Story. Dort kannst Du einsehen, wie viele Nutzer die Story verlassen, „weiter“ oder „zurück“ gewählt haben, wie groß Deine Reichweite ist und wie viele Nutzer Dir Nachrichten auf Deine Instagram Story geschickt haben.

Du kannst Dir die Werte der letzten **14 Tagen** einholen. Besonders interessant sind hier die Informationen zur **Absprungrate** der Follower und wer „weiter“ und „zurück“ geklickt hat. Über diese Funktion erhältst Du Aufschluss darüber, welche Story gut ankommt und welche Inhalte Deine Follower weniger interessieren.

Die Statistiken, die Instagram Dir liefert, sind allerdings nur in der **App** selbst zugänglich. Wenn Du

die Daten noch weiter auswerten möchtest, empfehlen wir Dir ein **externes Programm** zu nutzen.

Ein letztes, aber sehr nützliches Feature des Instagram Business Accounts liegt darin, dass Instagram Deine Zielgruppe auch automatisch konfigurieren kann und Deine Posts den Nutzern anzeigt, die an Deinem Produkt oder Deiner Leistung interessiert sein könnten.

INSTAGRAM ANALYTICS

Um besser zu verstehen, warum bestimmte Posts mehr geliked werden als andere, gibt es bestimmte Webseiten – wie zum Beispiel [Iconosquare](#) – auf der Du einen genauen Überblick über die **statistischen Zahlen** Deines Instagram Profils erhältst. Die Seite gibt Dir unter anderem Aufschluss über:

- Dein Follower Wachstum
- Interaktionen mit Deinen Posts
- Deine Post-Historie
- Den besten Zeitpunkt für einen Post
- Die Lebensspanne Deiner Fotos
- Deine Top-Follower

Zusätzlich gibt es Programme, die Dir helfen, **passende Hashtags** für Deine Instagram Inhalte zu finden und mehr Traffic auf Deinem Profi zu generieren. [Bundle Post](#) sucht passende Hashtags und fügt diese automatisch Deinem Instagram Post hinzu. Wir empfehlen Dir aber, vorher noch mal zu checken, ob die Hashtags auch wirklich zu Deinem Post passen.

INSTAGRAM SHOPPING-FUNKTION

Eine neue Möglichkeit der Werbung auf Instagram ist die Shopping Funktion. Diese ist seit März 2018 nach den USA auch in Deutschland, Frankreich, Großbritannien und anderen Ländern für Unternehmen verfügbar. Damit mischt das Soziale Netzwerk nun auch im Online-Handel mit: Die [Online Shopping Funktion](#) verwandelt die Bilderplattform in eine Online-Verkaufsplattform: über ein Instagram Bild können User per Fingertipp Angaben und Preise zu Produkten angezeigt bekommen und direkt zum Online Shop des Unternehmens weitergeleitet werden.

Die Verwendung der Shopping-Funktion ist in Deutschland für Unternehmen noch eingeschränkt. Das Shoppen ist aber bereits für deutsche User möglich. In den USA ist die Shopping-Funktion in

einer Testphase bereits seit 2012 für ausgewählte große Unternehmen wie Michael Kors, Hollister und Zalando freigeschaltet.

Vorteile von Instagram Shopping für Unternehmen:

- komplette **Customer Journey** läuft über Instagram: Einkauf direkt aus der App
- Vereinfachter Weg zum Kauf eines Produkts: Einfache Bewerbung und Platzierung
- Emotionale Käufe: im Gegensatz zu Amazon, wo der Einkauf eher rational vonstatten geht, kann bei Instagram ein emotionales Käuferlebnis geschaffen werden

SO FUNKTIONIERT DAS SHOPPEN AUF INSTAGRAM

Die Shopping Beiträge sind mit einem kleinen **Einkaufstaschen-Symbol** gekennzeichnet. Der User bekommt bei solch einem Beitragsbild eine Meldung angezeigt: „Tippen, um Produkte anzuzeigen“ - wenn er drauf klickt, werden ihm alle käuflichen Produkte angezeigt. Jedes Bild kann **bis zu 5 Produkte** bewerben, die markiert sind und Namen und Preise enthalten. Ein Link leitet den Käufer direkt zur Internetseite des Online-Händlers weiter. So muss nicht mehr der umständliche Weg über die **Verlinkung in der Bio** gegangen werden, um Produkte über Instagram zu verkaufen.



Die Instagram Shopping-Funktion ist zu erkennen an dem kleinen Taschen-Symbol. Bei Klick auf den Hinweis „Tippen, um Produkte anzuzeigen“ erscheint der Preis der Produkte.
Screenshot Zalando Instagram Account.

Die Shopping-Funktion wird laut Instagram bereits rege genutzt: Im Februar gab es **über 180 Millionen Interaktionen** zwischen Online Händlern und Nutzern.

Voraussetzungen für die Insta Shopping Funktion:

- Eigener Online Shop
- Instagram Business Account
- Freischaltung des Accounts durch Instagram, damit die Shopping-Funktion genutzt werden kann
- Verknüpfung des Instagram Accounts mit dem Facebook Shop oder einem Facebook Produktkatalog im Business Manager
- Nur physische Produkte können beworben werden, das heißt bisher können Workshops & Co, nicht über die Funktion verkauft werden
- Damit die Funktion für alle Nutzer sichtbar ist, musst Du einmalig 9 Instagram Posts mit Produkten taggen

Besonders Online Händler und Influencer freuen sich über die neue Shopping-Funktion. Aber auch für Nutzer wird es deutlich einfacher, schnell Informationen zu interessanten Produkten zu bekommen. Jeder kennt das: Wie oft guckt man sich Fotos von schönen Möbeln oder Kleidung an und denkt sich **„Das würde ich auch gerne haben, aber wo kaufe ich das?“** Durch die Instagram Shopping-Funktion bekommen wir auf diese Fragen sofort eine Antwort und die Möglichkeit unseren Favoriten sofort zu erwerben.

Was Influencer genau sind und inwiefern Du von Influencer Marketing auf Instagram profitierst, erklären wir Dir im Folgendem.

INFLUENCER MARKETING

Um deine Reichweite bei Instagram zu maximieren, das heißt Deinen **Content** – seien es Fotos, Videos oder Stories – auf Instagram zu verbreiten und so unter anderem mehr mehr Leute für Deine Marke zu begeistern, solltest Du auf die Stars des Internets setzen: Influencer und dementsprechend **Influencer Marketing** betreiben. Hier handelt es sich um eine Form des Online Marketings, bei der Auftraggeber, wie Unternehmen, mit Hilfe von Influencern über deren Social Media Profile Werbung machen. Eine Studie des **Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW)** im

November 2017 hat ergeben, dass jeder sechste Internetnutzer bei der Suche nach Informationen über Produkte und Services online bei Influencern fündig wird. Zudem hat rund ein Drittel aller Influencer-affinen Online User mindestens einmal ein durch Influencer beworbenes Produkt bzw. Service gekauft oder gebucht. Die Studie zeigt: **Influencer Marketing wirkt**. Agenturen spezialisieren sich sogar darauf, Influencer wie Blogger zu betreuen und eine Verbindung zwischen diesen Multiplikatoren des Social Webs und Unternehmen herzustellen. Beide können voneinander profitieren. Ein heißes Thema also, was nicht nur für große Unternehmen von Interesse sein sollte.

WAS SIND INFLUENCER?

Influencer sind die **Meinungsführer** in Sozialen Netzwerken. Sie haben eine hohe Reichweite, das heißt sie haben viele Follower und eine hohe Interaktivitäts- und Postingrate. Insbesondere bei Instagram sind Influencer mit Fotos und Videos sehr aktiv.

Influencer haben viele Follower und gehen oft Kooperationen mit Firmen ein. Diese können zum Beispiel so aussehen, dass Du dem Influencer Dein Produkt zur Verfügung stellst, sodass er es **testen** kann. Vermarktet ein bekannter Influencer dann Dein Produkt, rentiert sich diese Art der Werbung oft, da Influencer sich **authentisch** vor der Kamera präsentieren und ihre Instagram Follower direkt ansprechen. Sie bauen ein **persönliches Verhältnis** zu ihren Followern auf und lassen sie an ihrem Leben teilhaben.

Aufgrund der **emotionalen Bindung**, die ein Influencer zu seinen Fans kreiert, werden Ratschläge oder **Empfehlungen** für ein Produkt eher angenommen.

Wenn der Influencer ein Produkt bewirbt, vertrauen die Follower auf seine Meinung. Gehst Du also eine Kooperation mit einem erfolgreichen Influencer ein, erreichst Du auf Instagram schnell viele Menschen und musst keine große Marketingkampagne starten. Hier muss es natürlich nicht der deutschlandweite Star-Influencer sein – vor allem dann nicht, wenn Du **regional** tätig bist. Finde heraus, welche Influencer es in Deiner Region und auch für Deinen Markt gibt. Je nach **Branche** und Produkt könnt ihr Euch vielleicht sogar auf eine Vergütung abseits einer Bezahlung einigen, die Deinem Influencer Vorteile bieten.

Ein Tipp von uns: Nutze [Buzzsumo](#) um zu sehen, welche Influencer auf Deinem Gebiet einflussreich sind. Das Tool bietet Dir auch die Möglichkeit zu verfolgen, in welchen Beiträgen Dein Unternehmen erwähnt wird.

Da der Influencer Dein Produkt **persönlich** empfiehlt, ist die potenzielle Käuferanzahl größer als bei einer reinen Plakatwerbung. Denn Kunden kaufen Produkte oder Dienstleistungen eher, wenn sie

wissen, dass eine **Vertrauensperson** damit bereits **positive Erfahrungen** gemacht hat.

UNSERE TIPPS AUF EINEN BLICK

- Zielgruppe definieren
- Content abstimmen
- Business Account anlegen
- Hashtags sinnvoll verwenden
- Influencer gewinnen

WIE ERHÄLTST DU INSTAGRAM?

Instagram lässt sich ganz einfach im **App Store** oder im **Google Play Store** herunterladen. Um ein Profil anzulegen, brauchst Du eine E-Mail Adresse und kannst ein Passwort bestimmen. Instagram gibt Dir außerdem die Möglichkeit, Deinen Instagram Account mit Deinem Facebook Account zu vernetzen. Das hat den Vorteil, dass Deine **Facebook Freunde**, die ebenfalls Instagram nutzen, Dir vorgeschlagen werden. So kannst Du nicht nur die Anzahl Deiner Follower erhöhen und Dich mit Deinen Facebook Kontakten vernetzen, sondern behältst auch einen besseren Überblick Deiner Konten und kannst sie so leichter verwalten.

Du hast Fragen rund um das Thema Instagram Marketing oder benötigst Hilfe bei der Erstellung und Pflege Deines Unternehmen-Accounts? Wende Dich an uns! Das [Social Media Marketing Team der Media Company](#) freut sich darauf, Dir zu helfen.