

WIE KLEINE UNTERNEHMEN VON INSTAGRAM PROFITIEREN KÖNNEN

Veröffentlicht am 7. Mai 2012 von Annette

[Instagram](#) ist der beste Beweis dafür, dass Unternehmen nicht groß sein müssen, um Erfolg zu haben. Mit nur einer handvoll Mitarbeitern hat es die kostenlose [App](#), mit der man via [Iphone](#), [Smartphone](#) oder Tablet-PC Fotos in mehreren sozialen Netzwerken teilen kann, auf mittlerweile rund 30 Millionen Mitglieder geschafft. Das machte die Anwendung attraktiv für die Plattform Facebook, die Instagram nun für stolze 1 Milliarde US-Dollar gekauft hat.

Aber kann Instagram mehr, als einfach nur lustige Schnappschüsse über Facebook teilen? Kann ein Unternehmen Instagram sinnvoll nutzen? Wir haben uns mal umgesehen und einige nützliche Tipps gesammelt, wie besonders kleine Unternehmen Instagram nutzen können.

- **Visueller Inhalt gewinnt.**

Diese Zahlen sprechen eine deutliche Sprache: Eine [Studie von Facebook](#), die die Beliebtheit von journalistischen Posts untersuchte, ist zu dem Ergebnis gekommen, dass Bilder **50% mehr „Gefällt mir“-Klicks** erhalten als reine Textbeiträge. Links mit einem Thumbnail erhalten 65% häufiger „Gefällt mir“-Klicks und 50% mehr Kommentare als Links ohne Bild.

Was heißt das für Sie? Überlegen Sie, wie Sie Ihre **Facebook- oder Twitter-Posts visuell unterstützen** können. Wenn Sie zum Beispiel ein neues Produkt haben, stellen Sie es mit einem Foto ein. Experimentieren Sie ruhig mit den verschiedenen Filtern, die Instagram anbietet; testen Sie verschiedene Aufnahmewinkel und Entfernungen. Keine Sorge, niemand erwartet von Ihnen, dass Sie professionelle Fotos schießen – Sie müssen nur interessant oder hübsch anzusehen sein. [Hier](#) finden Sie ein paar schöne Beispiele für Produktfotos, die mit Instagram gemacht wurden.

- **Lassen Sie den Kunden das Marketing machen.**

Laden Sie die Benutzer, die Ihnen folgen, ein, Fotos von Ihren Produkten zu machen und diese zu posten. Verbreiten Sie die so geposteten Bilder Ihres Produktes, um Ihre **Fangemeinde** zu stärken und wertzuschätzen. Dies kann für vielerlei Branchen sehr gut funktionieren – egal, ob Sie einen Friseursalon, einen Coffeeshop, eine KFZ-Werkstatt, ein Restaurant oder einen Plattenladen haben. Durch die von anderen Personen geposteten Bilder entsteht eine **ganz eigene Form der positiven Kundenbewertung, die sich von selbst verbreitet**.

- **Bleiben Sie auf dem Boden.**

Posten Sie keine Bilder, die offensichtlich nur Werbezweck haben. Ihre Kunden wollen sympathische Bildbeweise für die **Menschen hinter dem Firmennamen** und keine Werbefotos. Vermeiden Sie es also auf jeden Fall, ihr Firmenlogo oder ihr Ladengeschäft zu fotografieren. Halten Sie stattdessen vielleicht einen lustigen Moment im Büro fest. Lassen Sie Ihre Kunden

ein bisschen hinter die Kulissen schauen.

Nur wenige Unternehmen nutzen Instagram bis jetzt. Es lohnt sich aber angesichts der visuellen Orientierung der Kunden im Internet für Unternehmen auf jeden Fall, über eine mögliche Instagram-Strategie nachzudenken.

Was sagen Sie zu Instagram? Nutzen Sie die Plattform für Ihr Unternehmen oder privat? Wir sind gespannt auf Ihre Erfahrungen und Tipps in den Kommentaren!