



SENNS^{art}

WERBE- & GRAFIKDESIGN

INSTAGRAM EINSTEIGER-KURS

Was kann man in Instagram machen?

Instagram ist ein kostenloses soziales Netzwerk, das zum Facebook-Konzern gehört und bei dem die Nutzer ihre Bilder und Videos hochladen können, um sie entweder der ganzen Welt, nur ihren ausgewählten Followern oder lediglich einigen engen Freunden zu zeigen.

Wichtigste Funktionen von Instagram

- Beiträge
- Stories
- Live Videos
- Reels (kurze Videos bis zu 30 Sek.)
- IGTV (lange Videos bis zu 1 Stunde)





1. TEIL DIE OPTIK UND DER ERSTE EINDRUCK

Die drei wichtigsten Regeln, die Sie wissen sollten:

1. Eine Person interessiert sich nicht primär für ein Produkt oder eine Dienstleistung, stattdessen fragt sie sich:

- Was ist mein Vorteil?
- Was bekomme ich davon?
- Was bringt es mir?

Nur wenn diese Fragen sofort und einfach beantwortet werden, können wir das Interesse der gewünschten Zielgruppe wecken und sie anlocken.

Die drei wichtigsten Regeln, die Sie wissen sollten:

- 2. Die meisten Menschen sind egoistisch, sie denken in erster Linie an sich selbst und tätigen Einkäufe, um ihre persönlichen Ziele zu verfolgen – was auch logisch ist. Sie sind auch „faul“ und nehmen sich ungern viel Zeit, daher ist es wichtig, alle Vorteile einfach und übersichtlich hervorzuheben. Die Person selbst wird nicht danach suchen.**
- 3. Kunden treffen Kaufentscheidungen auf der Grundlage des persönlichen Wertes des ihnen angebotenen Produkts bzw. der Dienstleistung.**

Der „Wert“ ist das, was ein Kunde für den Kauf eines Produkts oder eine Dienstleistung erhält. Jeder Kunde hat seine eigenen Werte und Vorstellungen, für einen zählt die Qualität, für einen anderen ist die Quantität wichtig, wieder andere schätzen Zeit und so weiter.

Wichtig ist, dass der Wert des Produkts nicht mit den Händen berührt werden kann, ebenso wie die Wahrnehmung des Kunden. Marketer und Werbetreibende wissen, dass die Wahrnehmung des Kunden alles ist und versuchen ihn mit ihren Aktionen zu beeinflussen.

Instagram-Profil Bio

Was ist eine Instagram-Biografie?

Das Erscheinungsbild ist einer der wichtigsten Bestandteile für einen erfolgreichen Instagram-Auftritt. Durch die Biografie lernt die Zielgruppe Sie kennen, Sie stellen sich vor und sagen wer Sie sind/was Sie tun und welchen Nutzen Sie geben können. All dies vermitteln Sie durch visuelle Gestaltung und passenden Text.

Der Bereich besteht aus Hauptvorteilen, Fakten, Lösungen, Werten und Bedeutungen, USPs...

Wenn eine Person auf ihrem Profil landet, haben Sie nur 3-5 Sekunden Zeit, um sein Interesse zu wecken und ihn auf der Seite zu behalten.

Welche Aufgaben erfüllt eine gelungene Biografie?

- 1) weckt Interesse bei der Zielgruppe und den Wunsch zu kaufen/bestellen/abonnieren
- 2) bildet das Image und die Reputation, die wir beim Publikum brauchen
- 3) liefert Werte und Bedeutungen an die Zielgruppe
- 4) erhöht die Conversion in Aktion (Einstieg, Übergang zur Site, Bewerbung, Anruf, ...)

Instagram-Profil Bio, die Erfolg verspricht

1. Benutzername

Wörter, die nach @.... geschrieben werden

@kinderbunt.tirol

Ein Benutzername sollte aus einfachen, eingängigen Wörtern bestehen, die das Thema des Kontos oder der persönlichen Marke klar vermitteln. Verwenden Sie besser 1-2 Wörter, getrennt durch Punkte oder Unterstriche. Das Einzige, was ich empfehlen würde, ist besser einen Punkt anstelle eines Unterstrichs zu setzen, da zum Schreiben nicht das Layout auf dem Telefon geändert werden muss - was die Suche nach dem Konto erleichtert. Wenn es ein zusätzliches Wort gibt, ist es im Business-Bereich besser, das Geschäftsfeld zu verwenden.

Zum Beispiel: @verba.design, @lena.foto, @mags_werbetechnik, @chalet_amburgsee usw.

Instagram-Profil Bio, die Erfolg verspricht

2. Kontoname (30 Zeichen)

Der Kontoname wird in der Suchmaschine indexiert. Wenn Personen in der Suchmaske die Wörter eingeben, die im Kontonamen enthalten sind, wird das Konto angezeigt.

Daher müssen Sie die Begriffe auswählen, die in Ihrem Geschäftsfeld am häufigsten vorkommen. Auf diese Weise wird die Reichweite gesteigert und Sie können mehr potenzielle Kunden erreichen, die sich für Ihre Themen und Angebote interessieren.

Gut eignen sich Tätigkeiten/Produktkategorien, Ort, Name, Fahne, ...

Zum Beispiel: KINDERBEKLEIDUNG | HANDMADE

Hier lohnt sich der Einsatz von Suchmaschinen wie:

<https://trends.google.ru/trends/>

Instagram-Profil Bio, die Erfolg verspricht

3. Profilbeschreibung (150 Zeichen)

Die Kurzbeschreibung sollte alle Fragen des Profilbesuchers beantworten und seine Neugierde hochhalten: **Wer sind Sie? Was können Sie geben? Wie sind Sie nützlich? usw.**

Sobald sich der Besucher einen groben Überblick über Sie verschafft hat, müssen Sie ihn mit weiteren Angeboten locken. Es lohnt sich daher, über Werbeaktionen zu schreiben oder im Falle einer Personen-Marke auf einen speziellen Hashtag mit nützlichen Themen oder ein kostenloses Informationsprodukt zu verweisen.

Hotel & Lodging

- Apartments in [@serfausfissladis](#)
- Regionale Herzlichkeit & exklusiver Service
- Wellness | Fitness | Spieleparadies
- VIP Shuttle zur 

Buchen 

www.amburgsee.at/

[Alpin Chalet am Burgsee, Am Weiher 25, Ladis, Tirol, Austria](#)

Schönheitssalon

Natürliches Aussehen

über 1000 Behandlungen

[@viktoriareutt.studio](#) [#viktoriareutt_themen](#)

Terminvereinbarung & Beratung 

DE • EN • RU

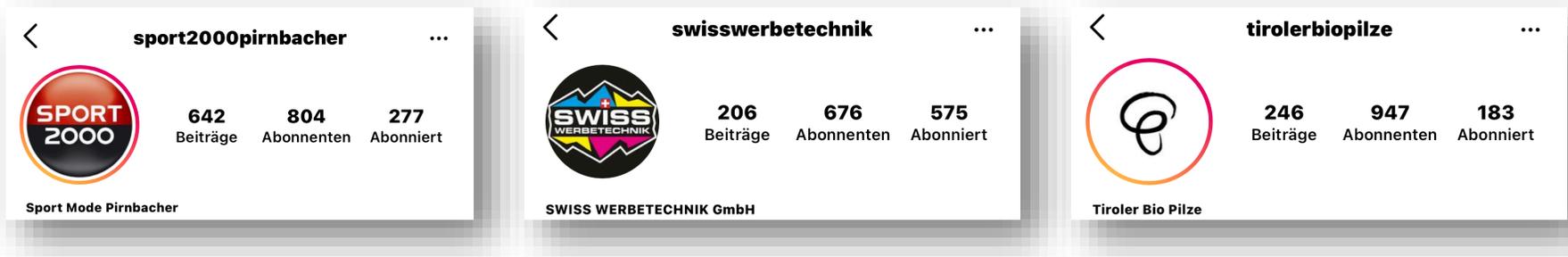
taplink.cc/viktoria.reutt

[Lilienthalgasse 9a, Vienna, Austria](#)

Instagram-Profil Bio, die Erfolg verspricht

4. Profilbild

Für kommerzielle Konten verwenden Sie am besten ein Logo oder ein großes Foto des Produkts. Das Logo sollte von guter Qualität, lesbar und auffällig sein. Viele kleine Details, Farben und kleiner Text sollten vermieden werden.



Bei persönlichen Accounts auf einem Avatar lohnt es sich, ein persönliches Foto mit großem Gesicht - am besten mit einem Lächeln - zu posten, um zu überzeugen.



Instagram-Konto Darstellung, die Verkaufen kann

4. Highlights

Die Highlights müssen die wichtigsten Fragen des Kunden beantworten:

- Kannst man Ihnen vertrauen? (hier sind natürlich "Bewertungen" hilfreich)
- Wer sind Sie? (hier können Sie die Punkte "Über mich/uns" oder "Team" hinzufügen)
- Was verkaufen/machen Sie? (hier die Produkte/Dienstleistungen vorstellen)
- Wie viel kosten die Produkte/Dienstleistungen? (hier wäre eine Preisliste)

Symbole können jedes Design haben, allerdings sollte bei Textgrafiken darauf geachtet werden, dass die Wörter gut lesbar sind. Für persönliche Blogs können Sie auch thematische Bilder verwenden, die mit dem Feed kombiniert werden.



Bio-Beispiele:

< **amburgsee** 🔔 ...



59 Posts **861** Followers **2.469** Following

Alpin Chalet am Burgsee Tirol
Hotel & Lodging

- Appartements in @serfausfissladis
- Regionale Herzlichkeit & exklusiver Service
- Wellness | Fitness | Spieleparadies
- VIP Shuttle zur 🚗

Buchen 📅
www.amburgsee.at/
Alpin Chalet am Burgsee, Am Weiher 25, Ladis, Tirol, Austria
Followed by juliapoeder, alpronesa and 3 others
See Translation

Following ▾ Message Contact ▾

WANDERN SOMMER KIDS CHALET**** FERIEN



< **kumanu_** ...



106 Beiträge **1.784** Abonnenten **466** Abonniert

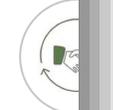
Bienenwachstücher & Brotbeutel
Marke

- 🌱 Produkte für deinen nachhaltigen Alltag
- 🌱 für Küche - Bad - Unterwegs
- 🌱 Wir reduzieren deinen Plastikmüll 🌍
- 👉 Schau jetzt in unserem Online Shop 👉

www.kumanu.at/online-shop--65408851-de.html
Tiroler Straße 89, Silz, Tirol, Austria

 Abonniert von mediawerk.at

Abonnieren Nachricht Kontakt ▾

Team Danke Q&A Pflege Part



< **skiverleih_abtenau** ...



35 Beiträge **162** Abonnenten **556** Abonniert

Skiverleih Talstation Abtenau
Sport und Freizeit

#skiverleih #snowboardverleih #skitour #rodel #abtenau
www.skiverleih-abtenau.at/
Au 99, Abtenau

Abonnieren Nachricht Kontakt ▾



Visuelle Vorbereitung von Beiträgen und Stories

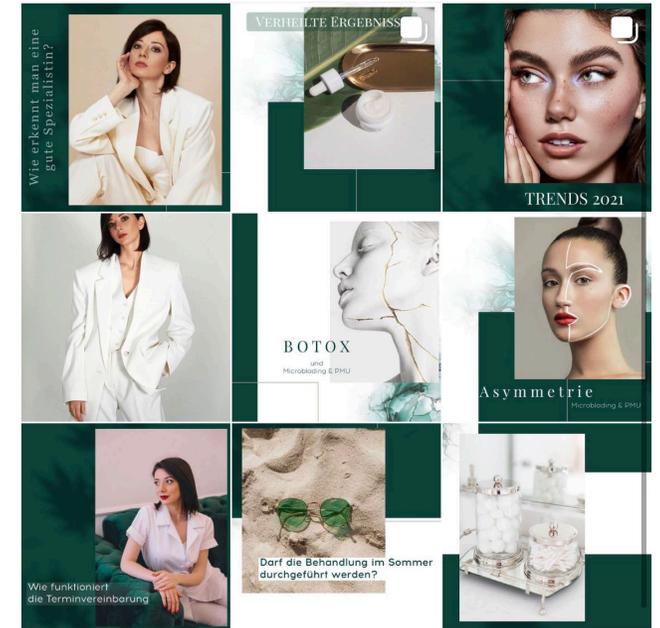
9-Fotos-Regel – Ziel ist ein ausgewogenes 3*3-Quadrat, das nach folgenden Kriterien aufgeteilt wird:

- Inhalt (Landschaft, Porträt, Motiv, etc.)
- Farben, die den größten Teil des Rahmens einnehmen
- Anzahl der Objekte auf dem Foto



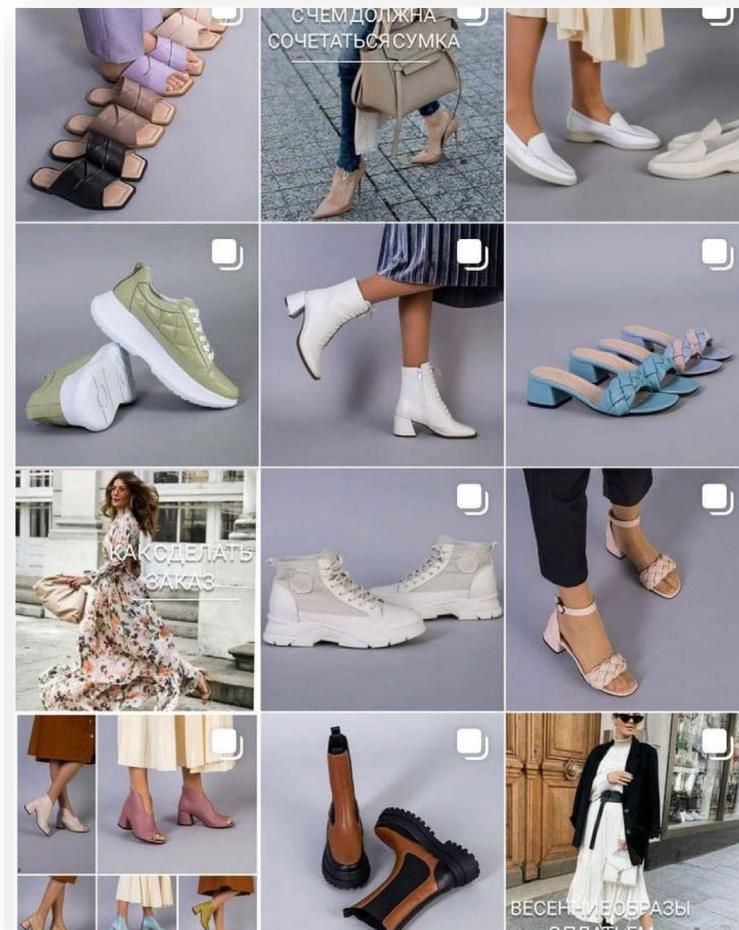
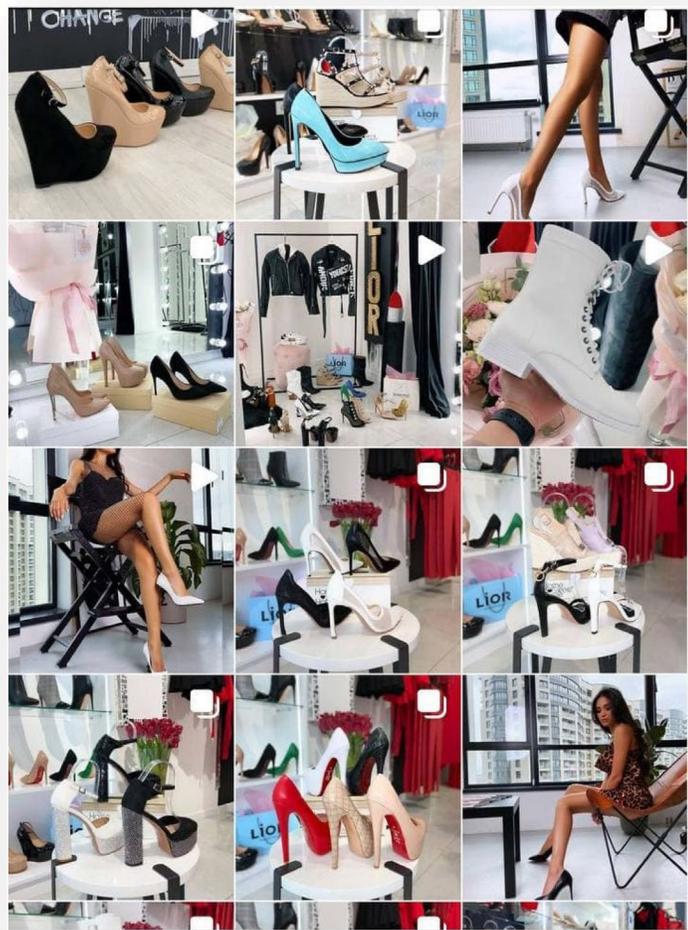
Wie werden Beiträge vorbereitet, ohne sie direkt online zu stellen?

Laden Sie die ausgewählten Fotos in einen Planer (z.b. „Preview“-App) und analysieren Sie selbst. Zum Beispiel die Anzahl der Objekte und Details auf den Fotos, die jeweilige Größe und Position der Objekte im Rahmen (Mitte, rechts, links, unten), welche Farben/Töne, Nah- oder Fernaufnahme, Wiederholung von Stilen/Textur/Form usw.



Wählen Sie mehrere Fotothemen, kombinieren Sie Porträts, Landschaften, Motivfotos, Architektur und wechseln Sie ausgewählte Themen ab.

Beispiel:



Farbenauswahl

ES GIBT KEINE RICHTIGE, GUTE ODER SCHLECHTE FARBAUSWAHL!

Für einen persönlichen Blog – wählen Sie eine Farbe, die Ihnen gefällt. Für eine Firma – orientieren Sie sich an Ihrem Corporate Design!

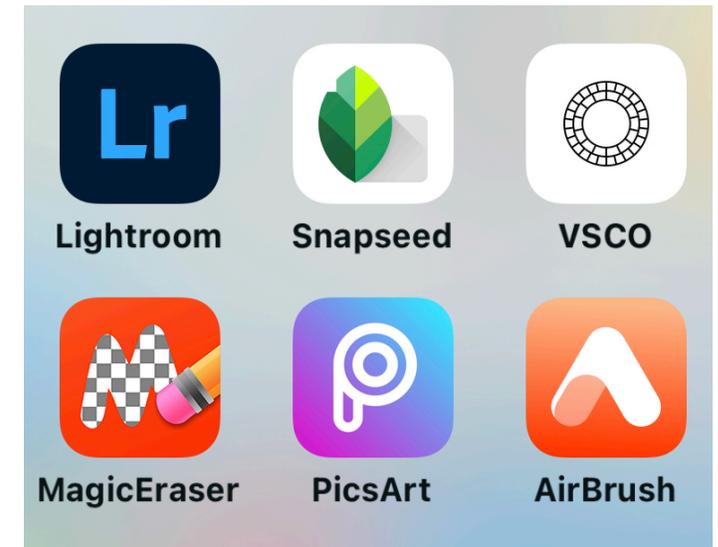
Schauen Sie sich um und analysieren Sie - was sehen sie jeden Tag, welche Farben sind in Ihrem Umfeld, Ihrem Betrieb am häufigsten vertreten? Machen Sie es sich leichter, Fotos zu machen.

Nutzen Sie verschiedene Dienste zur Auswahl von Farbpaletten:

- <https://www.instagram.com/awsmcolor>
- <https://color.adobe.com/de>

Für die Foto-Bearbeitung empfehle ich weitere Apps:

- Farben & Effekte - Lightroom, Snapseed, VSCO, PicsArt
- Retuschieren – AirBrush
- Hintergrund löschen - MagicEraser



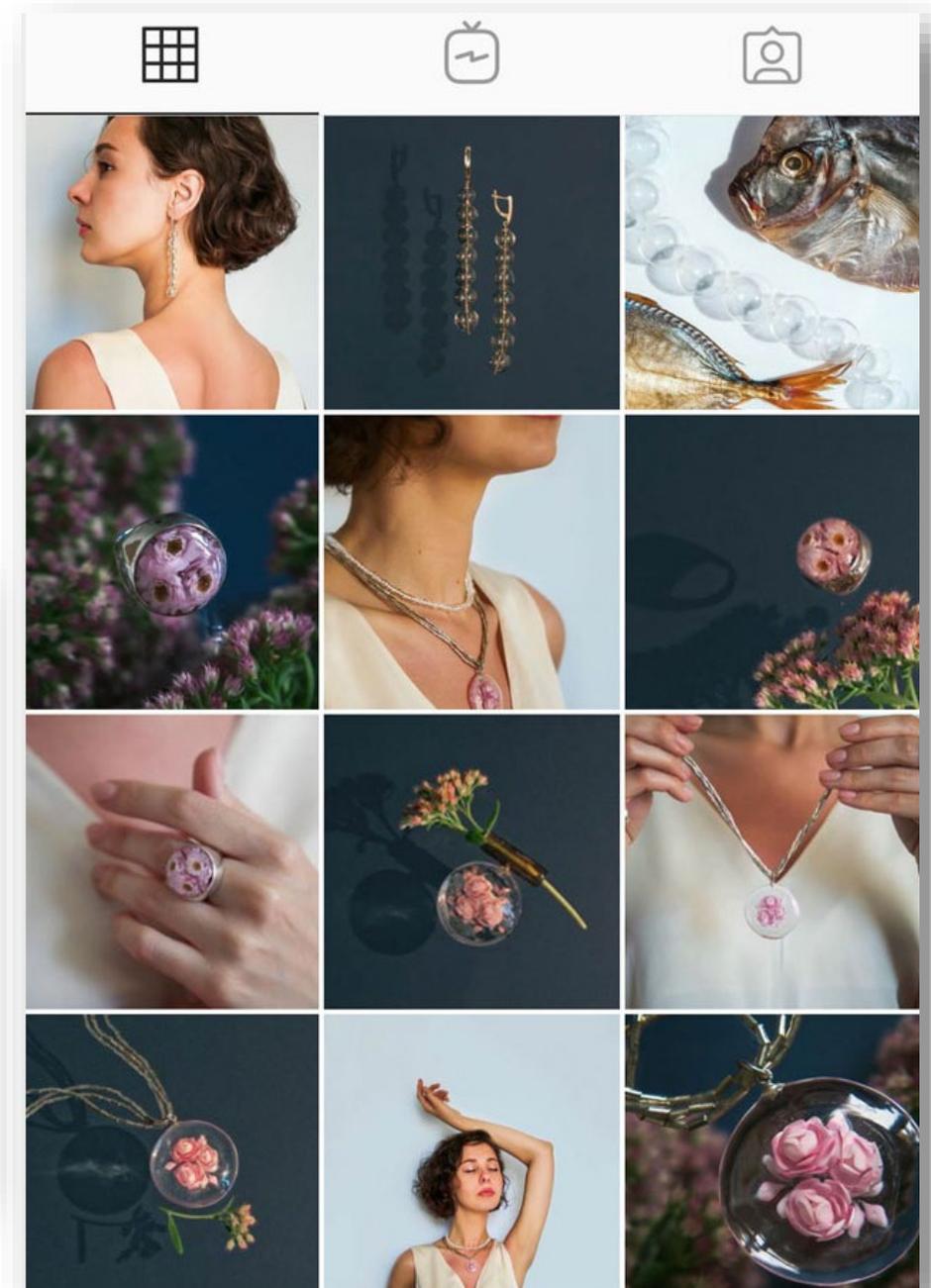
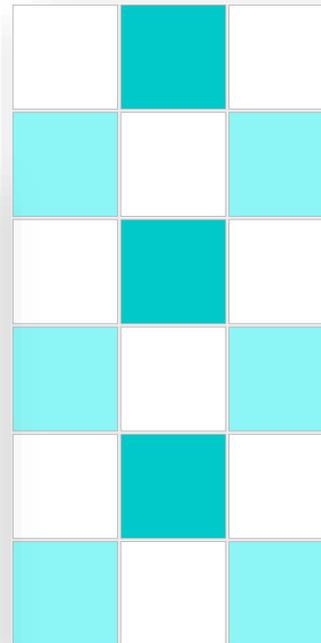
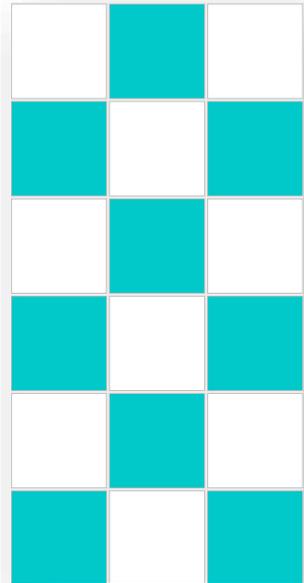
Beitragsstruktur



1. Stil „Schachbrett“

Die Anordnung der Beiträge im Feed in der Reihenfolge 1 nach 1.
Das Schachbrett kann ausgedrückt werden: durch Farbe, Pläne, Winkel usw.

- Einfach und bequem
- Erregt Aufmerksamkeit
- Alles klar und verständlich
- Für alle Konten geeignet



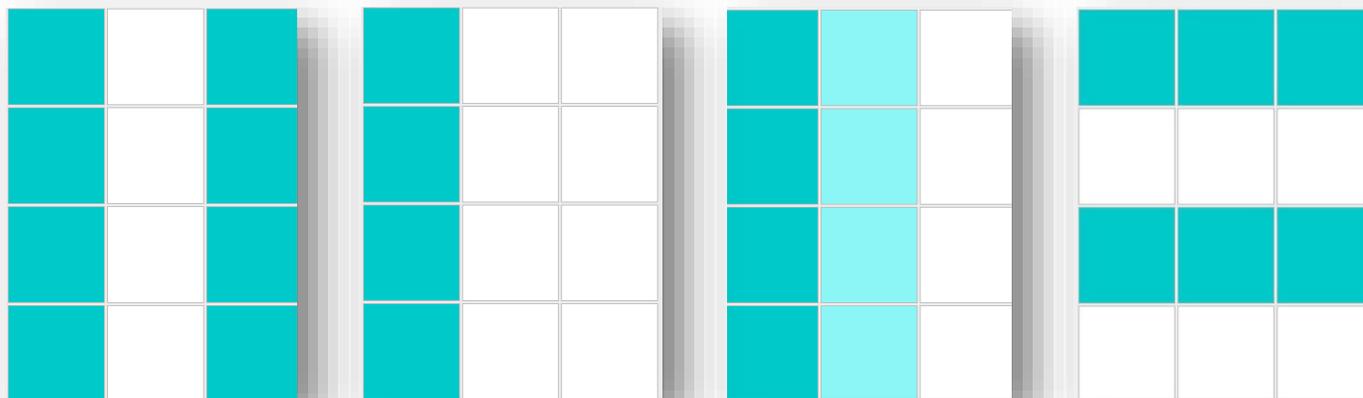
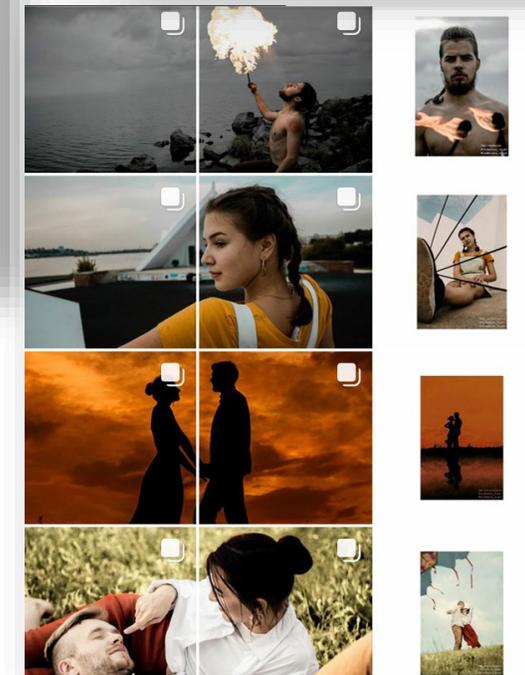
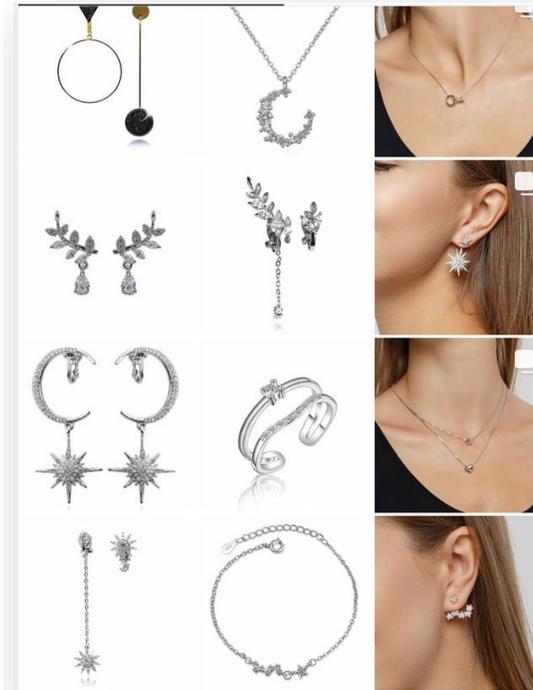
Beitragsstruktur



2. Stil „Blöcke“ (Spalten)

Anordnung der Beiträge nach Farben/Plänen/Winkeln,
Belegung in verschiedene Richtungen: horizontal/vertikal

- Alles ist einfach, klar und verständlich
- Verteilen Sie die Themen/Rubriken in separaten Spalten
- Beiträge verschieben sich nirgendwo, die Spalten bewegen sich einfach von links nach rechts



Wo sucht man Ideen bzw. fertige Bilder?

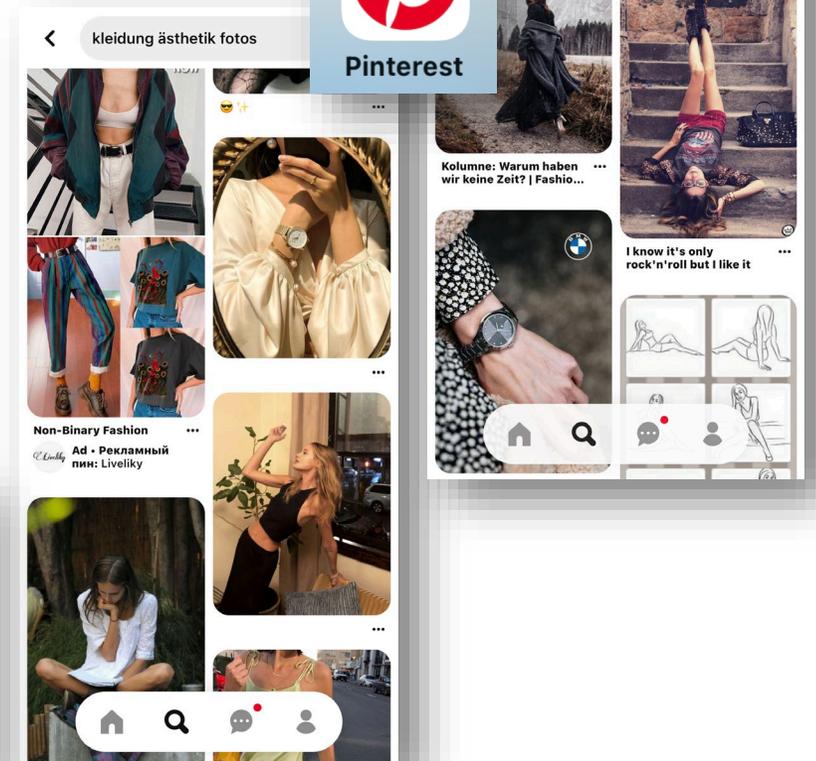
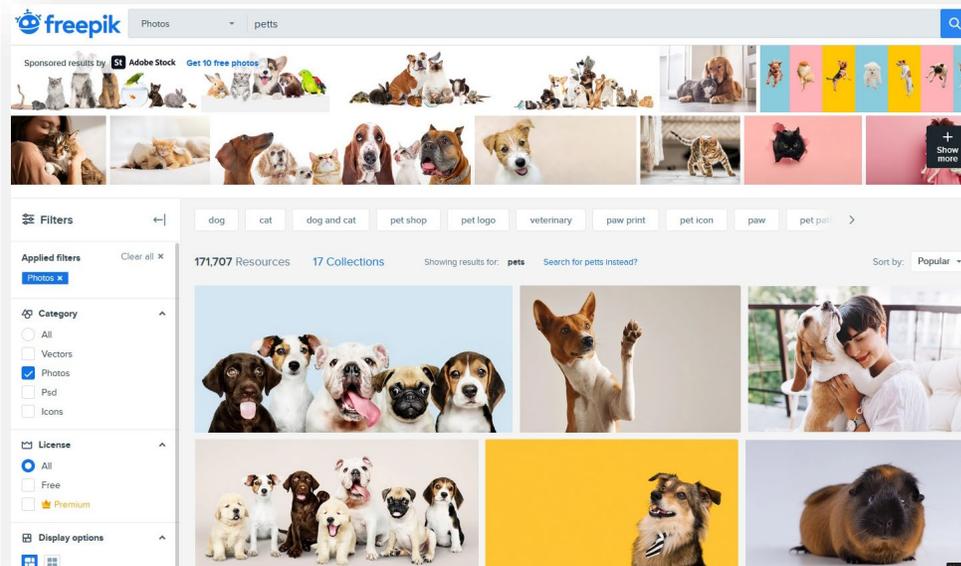
Ideen für die ästhetische Fotos kann man bei anderen Instagram-Konten anschauen oder auch auf Plattformen wie Pinterest suchen.

Bei Bedarf kann man Bilder von Stock-Seiten (zum Teil kostenlos erhalten oder mit Abo) herunterladen. Aber achten Sie bitte auf die Nutzungsrechte und Lizenzhinweise und verwenden Sie fremde Aufnahmen nicht zu oft, denn wenn man nur auf Stock-Fotos zurückgreift, verliert das Konto an Reichweite!

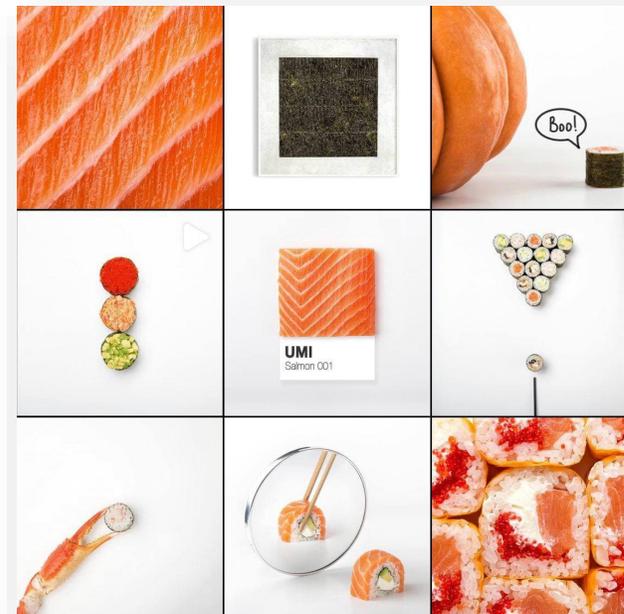
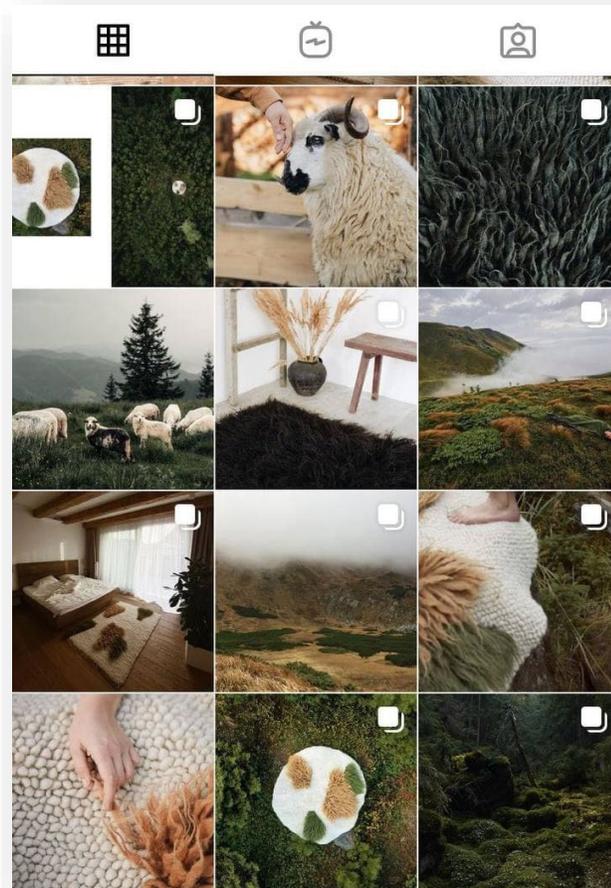
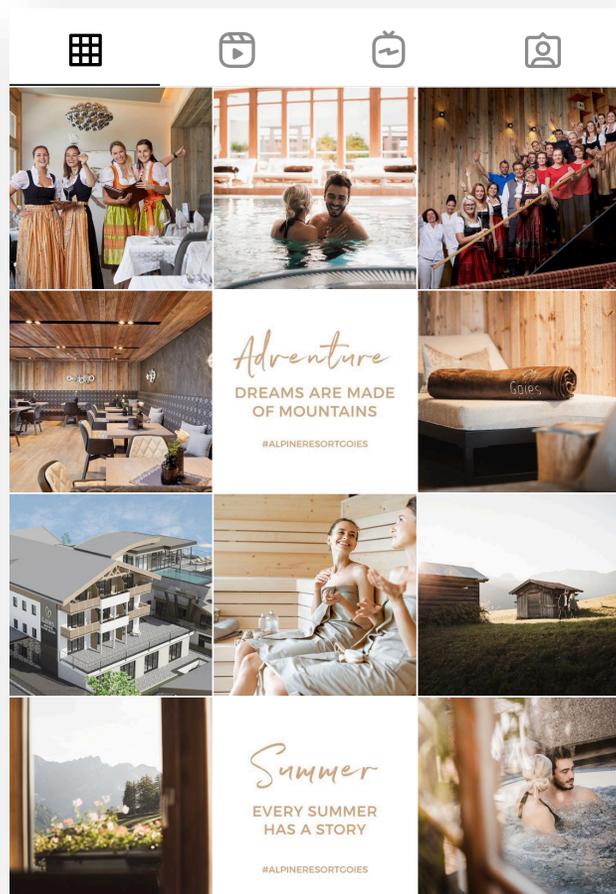
www.freepik.com

www.stock.adobe.com

www.shutterstock.com



Beispiele:



Tipps für Stories

1. Technische Eigenschaften

Gute Qualität und Hoch-Format (9:16).

2. Schriftarten

Wählen Sie 1 bis 2 Schriftart(en) für alle Ihre Texte in den Stories.

3. Farbe und Verarbeitung

Sie können den gleichen Stil wie bei den Beiträgen nehmen, dies ist jedoch nicht unbedingt erforderlich.

4. Kombination

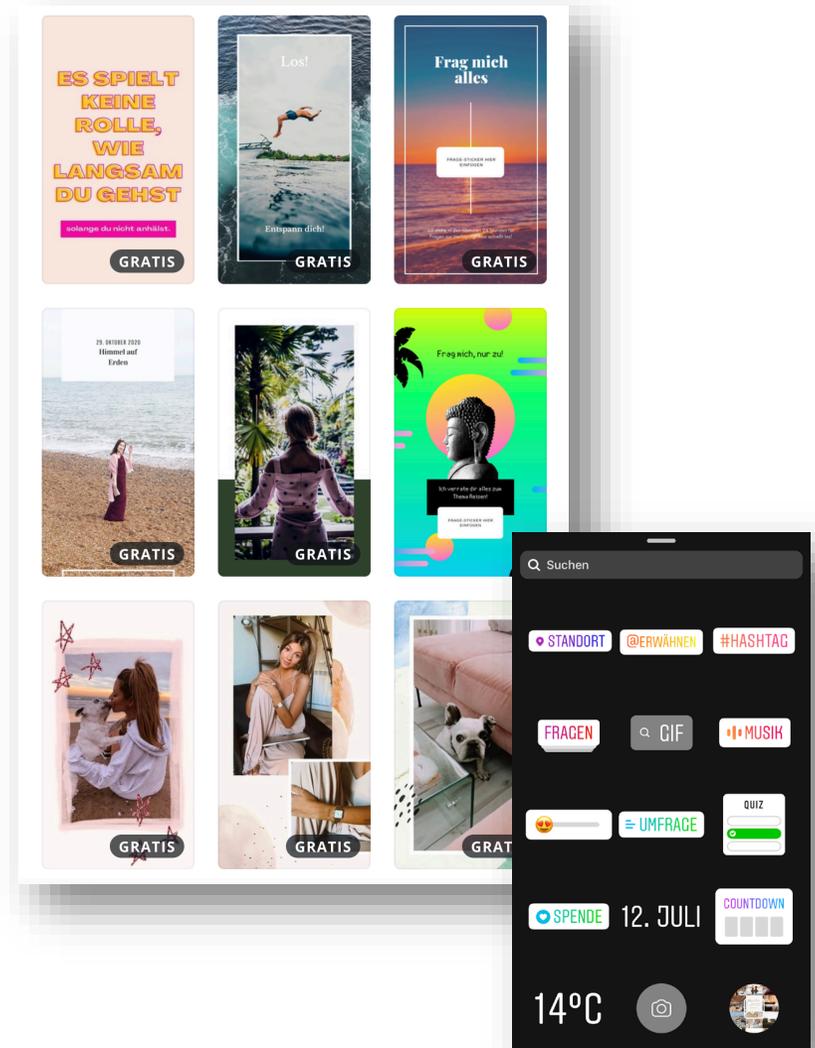
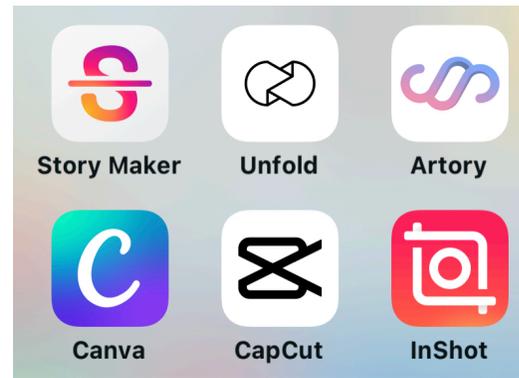
Formate mischen: Fotos, Videos, Text - beobachten Sie die Dynamik.

5. Instagram-Möglichkeiten und Tools

Verwenden Sie zum Gestalten alle Funktionen von Instagram: Aufkleber, Schriftarten, Umfragen, Tags usw.

6. Anwendungen

Nutzen Sie vorgefertigte Vorlagen von diversen Apps (Mojo, Canva, Unfold, Artstory... usw.)



2. TEIL INHALT & CONTENT-PLAN



Content-Plan und Content-Strategie

Was ist ein Content-Plan und eine Content-Strategie?

Unter einer „SMM-Strategie“ versteht man die bewusste und verbindliche Festlegung der Schwerpunkte in den einzelnen Social-Media-Aktivitäten eines Unternehmens, um die angestrebten Ziele zu erreichen. Einfacher gesagt: Jedes bewusste, geplante und engagierte Handeln mit Ergebnisbewertung ist eine Strategie - das heißt, der Weg von „Punkt A“ zu „Punkt B“.

Ziele können ganz unterschiedlich sein: Aufbau/Steigerung Follower-Anzahl, Produktverkauf, mehr Interaktionen und aktiveres Publikum, ... Wichtig: messbare und aktuelle, „reale“ Ziele setzen!

Eine **Content-Strategie** besteht aus der Content-Planung, Bereitstellung und Verwaltung. Die Inhalte ergeben sich aus den Zielen des Unternehmens.

Der **Content-Plan** ist eine gut sortierte Zusammenstellung möglicher Inhalte nach Kategorien und Rubriken, mit einem Zeitplan für die geplante Veröffentlichung von Beiträgen und Stories (und Werbeanzeigen).

Content-Plan und Content-Strategie

Warum brauchen Sie einen Content-Plan für Instagram?

- Einheitlichen Auftritt basierend auf Strategie und Zielen
- Strukturierte Vorgehensweise beim Posten von Stories und Posts
- Übersicht über die eigenen Inhalte
- Zeitersparnis
- Ideensammlung und neue Einfälle
- Analysen

Was gibt es für die Inhaltstypen für Beiträge und für die Stories?

- Unterhaltung
- Kommerziell
- Information
- Lehrreich
- Reputation/Imagepflege
- Nachrichten

Content-Plan Ausarbeitung

Am bequemsten erstellen Sie einen Inhaltsplan in Google-/Excel-Tabellen oder Kalendern, alternativ natürlich auch gerne auf einem Blatt Papier.

IMAGE	KOMMERZIELL	UNTERHALTUNG	STORIES
Einblicke von der Arbeit (Fotos/Videos)	Produkte vorstellen	Einblicke ins Privatleben	Einblicke hinter die Kulissen, ins private Leben und den geschäftlichen Alltag
Fragen beantworten	Dienstleistungen vorstellen	Lustige Geschichten/Erfahrungen (privat und geschäftlich)	Bewertungen
Ausbildung/Fortbildung	Aktionen/Sonderangebote	Hobbies teilen (Buch lesen, Film-Empfehlung, ...)	Interaktionen anregen
Zusammenarbeiten	Native Werbung	Umfragen	Beiträge teilen
Workshops	Kurse/Webinare verkaufen	Gewinnspiele	
Veranstaltungen/Events	Neuigkeiten im Geschäft (Neue Öffnungszeiten, Urlaub, ...)		
Geschichte/Chronik/Meilensteine			
Referenzen			

Rubriken und Ideen

MO, 19.07.2021	DI, 19.07.2021	MI, 19.07.2021	DO, 19.07.2021	FR, 19.07.2021	SA, 19.07.2021	SO, 19.07.2021

Wöchentliche Planung

MO, 19.07.2021	DI, 19.07.2021	MI, 19.07.2021	DO, 19.07.2021	FR, 19.07.2021	SA, 19.07.2021	SO, 19.07.2021
Ausschnitte von aktuellen Arbeiten	Sortiment zeigen oder etwas dazu erzählen	Start in den Arbeitstag, eine "Gute Woche" wünschen etc.	Erinnerung an eine Aktion, die nicht mehr lange geht	Neue Leistungen/Angebote vorstellen	Gewinnspiel vorstellen und den Ablauf erklären + erwähnen was man gewinnen kann.	Privater Tag, vielleicht kurz von einem Hobby oder einer Aktivität berichten?
Kurze Infos über die Firma	Umfrage "Was für ein Produkt gefällt euch besser?" (Slider-Fotos)		Bewerbung des am meisten ausgewählten Produkts		Gewinnspiel	
Beitrag annoncieren (in den Stories teilen)	Beitrag annoncieren (in den Stories teilen)	Persönliche Bücherempfehlung (aus dem eigenen Geschäftsfeld?)	Beitrag annoncieren (in den Stories teilen)	Persönliche Filmempfehlung (aus dem eigenen Geschäftsfeld?)	Beitrag annoncieren (in den Stories teilen)	

Wie steigert man die Follower-Anzahl und wie verkauft man über Instagram?

Organisches Wachstum (kostenlos, aber zeitintensiv!)

- regelmäßige Beiträge und Stories
- gezieltes Einsetzen von Hashtags (nicht zu viele und über die Themen)
- durch Freunde/Bekannte
- Interaktion mit der Community (Teilen von Erfahrungsberichten von Followern, ...)
- Interaktion auf Profilen potentieller/gewünschter Kunden
- bei der Konkurrenz „stehlen“ durch die Interaktion auf ihren Profilen
- Massfollowing (Achtung: nicht mehr als 10 pro Stunde und nicht mehr als 50-60 pro Tag!)

Bezahlte Werbung

- Werbung bei anderen Bloggern/Influencern/Communities
- Targeting (Werbeanzeigen in Stories und Beiträgen)

Kontakt:



Anastasiia Senn

Website: www.senns.art | E-Mail: info@senns.art

Telefon: +43 665 65127479