

INSTAGRAM ERFOLGSFAHRPLAN

FÜR MEHR FOLLOWER
UND KUND:INNEN

FÜR COACHES, DIENSTLEISTER:INNEN,
EXPERT:INNEN UND BRANDS

FÜR
0-EURO



DEINE MENTORIN



COACHING
SESSION
BUCHEN
HIER KLICKEN

Hello and welcome to my world,

ich bin Marit, Deine Weggefährtin, wenn es um Instagram Marketing, Online-Marketing und Branding geht. Gemeinsam bringen wir Dein Business auf Erfolgspur und das mit Spaß und Arbeit. Auch wenn einige behaupten, es geht ohne. Zumindest wird sich das für Dich nicht so anfühlen, weil mit mir kannst Du Pferde stehlen. ;-)

Nimm Dir die Zeit, dieses Workbook auszufüllen. Fülle möglichst alles ohne Unterbrechung aus, auch wenn Du noch unsicher bist. So bleibst Du im Flow. Du kannst zu einem späteren Zeitpunkt Deine Ideen überarbeiten und finalisieren.

Weil ich so pragmatisch und nachhaltig bin, hab ich Dir digitale Felder angelegt, damit Du alles direkt hier ausfüllen und speichern kannst, ohne Deinen Drucker anzuschmeißen.

Deine Marit

www.maritkluender.de

kontakt@maritkluender.de

INHALTE

1. *Deine Nische und Zielgruppe*
2. *Dein attraktives Profil für mehr Follower*
3. *Geniale Posts kreieren*
4. *Stories*
5. *Hashtags und SEO*
6. *Communityaufbau*
7. *Verkaufen*

”

**Es war noch nie
leichter online
Kund:innen zu
gewinnen.
Nutze Deine Chance
und baue Dir online
Deine Marke auf.**



DEINE NISCHE UND ZIELGRUPPE

Wenn Dein Unternehmen ein Haus ist, dann ist die Nische das Fundament. Ein Instagram-Kanal, der Beauty-Tipps gibt, am nächsten Tag Hausbau-Content macht und Übermorgen Finanztipps raushaut, ist zu breit aufgestellt und wird es schwer haben Kund:innen zu gewinnen. Überlege Dir genau, welches Thema Dein Kanal abdecken soll.

Es gibt 5 große Bereiche, die Du für Dich abstecken kannst:

1. **Gesundheit und Sport** (Bsp.: gesund abnehmen, Sport gegen Schmerzen)
2. **Beziehung und Familie** (glückliche Ehe, Partner:in finden, Konflikte lösen in Familien)
3. **Karriere und Beruf** (Traumberuf finden, erfolgreich als Führungskraft)
4. **Business** (Businessgründung, Ausbildung zur Beauty-Expertin, Online-Marketing lernen)
5. **Finanzen** (Vermögensaufbau, Immobilienkauf)
6. **Freizeit und Lifestyle** (Fotografieren lernen, Feng-Shui für zu Hause, Hundegesundheit)

Denk bei der Nischenauswahl bereits daran, was Du als Produkt oder Dienstleistung anbieten könntest. Eine Nische, die Du nicht monetarisieren kannst, ist ein Hobby.

Suche Dir eine Nische schreibe sie in dieses Feld:

Marktrecherche

In vielen Bereichen lässt sich Geld verdienen. Recherchiere nach Accounts, die in Deiner Wunschnische aktiv sind. Doch Vorsicht, nur weil es einen Account gibt, der viele Follower hat, heißt es nicht, dass dieser auch erfolgreich ist. Hohe Followerzahlen sagen nichts darüber aus, was die Person oder das Unternehmen an Umsatz erzielt.

Im besten Fall findest Du Umsatzzahlen oder die Person spricht selbst über die Zahlen. Falls nicht, kannst Du schauen, ob z. B. eine GmbH existiert. Das ist zumindest ein Hinweis darauf, dass Geld verdient wird, weil eine GmbH-Gründung und die Unterhaltung kostspielig ist.

Ist die Person noch angestellt oder kann sie vom Account leben? Jemand der noch angestellt ist, wird nicht genug mit dem Account verdienen oder es ist wirklich ein Hobby.

Ist die Person Umsatzsteuerpflichtig? Umsatzsteuer wird ab einem Gesamtumsatz im Jahr von 22.500 € fällig. Damit weißt Du, dass diese Summe auf jeden Fall erwirtschaftet wurde.

Gibt es Produkte und werden diese aktiv verkauft? Jemand der aktiv verkauft, wird auch Umsatz machen.

Zielgruppe

Eines vorweg! Du bist nicht für jeden. Auch wenn Du denkst, dass Dein Angebot für viele Menschen passt. Nimm Dir **eine** Zielgruppe. Es ist nichts in Stein gemeißelt, aber Du wirst Dich unsicher fühlen, wenn Deine Zielgruppe nicht klar ist.

Sich für eine Zielgruppe zu entscheiden heißt nicht, dass Du nur diese Menschen bedienen kannst. Sich auf eine Zielgruppe zu fokussieren bedeutet nur, dass du Dein Marketing fokussierst, damit Du Dich besser abheben kannst von anderen in Deiner Nische und damit Du bessere Ergebnisse für Kunde:innen erzielst. Denn eine klare Zielgruppe bedeutet, dass Du Dich auf die Bedürfnisse und Probleme der Menschen eingehen kannst und darin Expert:in wirst. Dadurch sparst Du Zeit.

Beispiel: Eine Designerin kann theoretisch für viele Unternehmen arbeiten z. B. Soloselbständige, Handwerksbetriebe, Ärzte, Unternehmerinnen. Die Arbeit mit einem Handwerksbetrieb unterscheidet sich allerdings im Vergleich zu einem Arzt, da die Anforderungen verschieden sind. Und auch im Marketing wird sie den Arzt anders ansprechen müssen, als den Handwerker.

Um klarer zu sehen, wem Du helfen kannst, skizzierst Du eine Person. Diese nennt sich Persona. Später kannst Du auch weitere Personas ergänzen. Es gibt auch andere Bezeichnungen, wie z. B. ideale/r Kunde:in und Kundenavatar.

Nutze die Vorlage auch für später. Es kann sein, dass Du in Zukunft auch andere Kund:innen ansprechen willst. Dann ist es sinnvoll neue Avatare zu ergänzen.

Dein Account ist exakt für diese Person. Stell Dir die Frage: Würde diese Person Dir folgen und Dein Angebot kaufen?

Du kannst Deine Zielgruppen interviewen. Das ist besonders effektiv, da Du exakte Formulierungen Deiner Wunschkund:innen übernehmen kannst. Das wird Dein Marketing wirklich verbessern. Oft glauben wir, dass wir wissen, was unsere Zielgruppe will. Doch das ist nicht immer der Fall.

So erstellst Du eine Persona

Fülle alle Felder bestmöglich aus, indem Du Dir Deine Persona genau vorstellst.

Name

Alter

Beruf

Familie

Was sind die Wünsche und Ziele Deiner Persona?

Welche Probleme hat sie? (Was hält Deinen Kundenavatar nachts wach?)

Welche Medien konsumiert Dein Kundenavatar? (Bücher, Zeitschriften, Filme, Serien, Podcasts)

Welchen anderen Accounts folgt Dein Kundenavatar?

Auf welchen Kanälen ist Deine Persona aktiv? (Instagram, Facebook, LinkedIn, Twitter, TikTok?)

Welche Hobbies hat die Person?

Was sind ihre psychografischen Merkmale? (Werte, Motivation, Ansichten)

Besonderheiten und weitere Notizen

DEIN ATTRAKTIVES PROFIL FÜR MEHR FOLLOWER

Kommen wir zum wichtigsten Punkt Deines Accounts – Dein Profil. Wenn das nicht so anziehend wirkt, wie ein Stück leckere Kirschtorte, dann wirst Du keine Follower gewinnen, auch wenn Du einen guten Beitrag raushaust. Hier zählt nur das Aussehen und der erste Eindruck. Auch wenn wir ansonsten nicht so oberflächlich sind.

Dein Profilname

Viele denken, sie müssten beim Profilnamen besonders kreativ sein und dann kommen die wildesten Fantasienamen oder seltsame Pseudonyme, wie Katzenuschi234, Finanzkater usw.. Sofern Du kein Comedian bist, nutze einen Namen, den wir ernst nehmen können.

Je nachdem, ob Du als Person (Personenmarke) oder Unternehmen agierst, darfst Du einen passenden Namen wählen. Bei Personen ist der Klurname eine gute Wahl. Gibt es Deinen Namen schon, kannst Du den Zusatz „official“ hinzufügen oder mit Deinem Thema arbeiten, wenn es diese Variante bereits gibt z. B. Feng_Shui_Anna oder Fotografin_Sina.

Bei Unternehmen verwendest Du den Unternehmensnamen.

Bei Kunstnamen für Unternehmen solltest Du immer darauf achten, dass Du keine Markenrechte verletzt. Dazu kannst Du beim Deutschen Patent und Markenamt recherchieren, ob der Name vergeben ist. [Das ist der Link zum DPMA](#). Deinen eigenen Familiennamen kannst Du nutzen, ohne zu prüfen.

Trage hier Deinen Profilnamen ein:

Auf den ersten Blick: Welchen Mehrwert lieferst Du?

Die Fragen aller Fragen: Warum sollten Dir Menschen folgen? Denk an die Kirschtorte. Hier ist der Mehrwert klar. Ist lecker und schmeichelt der Seele. In der Welt der sozialen Medien muss Deine Bio in Sekundenbruchteilen überzeugen. Es gibt zu viele Menschen, die das gleiche tun.

Bei der Zielgruppenanalyse bist Du bereits in die Vollen gegangen und hast herausgefunden, warum Deine Zielgruppe nachts nicht schläft. Jetzt präsentierst Du Ihnen Dein Kirschtörtchen. Bei Dir finden sie die Lösungen für Ihre Probleme. Schreibe eine anziehend Bio und achte dabei auf folgende Punkte:

Mit einem kurzen Satz, wie Du Deiner Zielgruppe helfen kannst und zusätzlichen Aufzählungen, sieht ein potenzieller Follower, was er auf Deinem Profil erwarten kann. Hier sind mögliche Anreize, die gut funktionieren:

1. Geld verdienen
2. Geld sparen
3. Zeit sparen
4. Aufwand verringern
5. Mentale oder körperliche Schmerzen vermeiden (Achtung: keine Heilversprechen erlaubt!)
6. Komfort gewinnen
7. Gesundheit verbessern
8. Mehr Liebe erfahren
9. Status erhöhen oder Popularität steigern

Sympathisches Profilbild

Zeig Dich in Deinem Profilbild von Deiner besten Seite. Ein professionelles und sympathisches Bild von Dir funktioniert am Besten. Für Business-Profile, die keine Personal-Brand nutzen, kann das Logo verwendet werden.

Links

In Deiner Bio darfst Du einen Link verwenden. Wenn Du mehrere Links verwenden willst, dann kannst Du eine Linkliste.

CTA – Call-to-Action

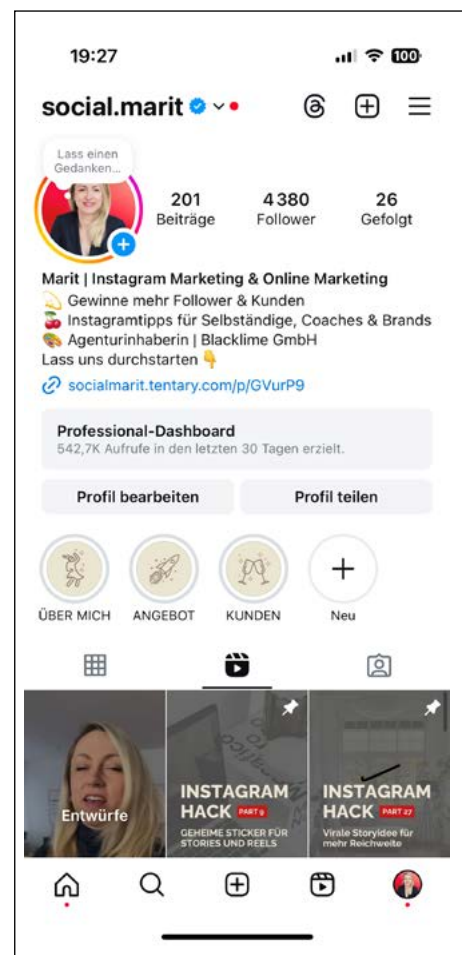
Ein Call-to-Action ist eine Aufforderung an den Besucher eine Handlung vorzunehmen. Dein Profil kann mehrere dieser CTAs enthalten z. B. die Aufforderung ein Erstgespräch zu buchen oder ein 0-€ Leitfaden herunterzuladen.

Kontaktdaten und Impressum

Wie können Dich Follower, Kooperationspartner kontaktieren? Dies ist ein grundlegender und entscheidender Teil Deiner Instagram-Biografie. Im Business-Account kannst Du Deine Telefonnummer, Website, E-Mail-Adresse oder physische Adresse einfügen. Als Unternehmer:in bist Du gesetzlich verpflichtet ein Impressum zu führen.

Highlights

Aus Stories kannst Du Highlights erstellen und diese dazu nutzen, Dich und Dein Angebot zu präsentieren. Siehe im Bild, wie Du sie sinnvoll nutzen kannst.



Contentarten

Jeder Deiner Contentpieces sollte immer einem Zweck dienen. Aus dem Bauch heraus Content zu posten, der Dir gefällt und Deiner Zielgruppe nicht, wird Dich nicht weiter bringen.

Du brauchst folgende Contentarten:

- 1.) Inhalte, die eine hohe Reichweite erzeugen und Menschen auf Dein Profil ziehen
- 2.) Beiträge, die Deine Expertise zeigen und tiefer in Themen einsteigen
- 3.) Persönlicher Content, der eine Beziehung zwischen Dir und Deiner Community aufbaut
- 4.) Content, der Dein Angebot verkauft.

Folgende Formate kannst Du dafür nutzen:

Statischer Einzelpost

Dein Content kann in Form von statischen Beiträgen, wie z. B. Foto oder grafisches Layout plus Caption (Beschreibung) umgesetzt werden. Das Format ist quadratisch oder Hochformat. Diese Beiträge sind gut für Reichweite oder persönliche Posts.

Karussell-Post (aktuell am effektivsten)

Ein Karussell-Post (plus Caption) sind mehrere Slides hintereinander. Diese eignen sich gut, um Themen tiefer zu behandeln und auch der Reichweite tun sie gut.

Reels (aktuell am besten, um Reichweite aufzubauen)

Diese Kurzvideos sind die beste Option, um aktuell eine hohe Reichweite zu erzielen. Für die Erstellung kannst Du Dein Smartphone nutzen. Achtung bei der Musik, hier darfst Du als Business nur die Musik aus der Meta-Collection nutzen oder Musik, die Du für Dich lizenziert hast.

Anatomie eines guten Posts

Aussagekräftige Bild- oder Videoqualität:

Der visuelle Aspekt ist entscheidend für den Erfolg eines Instagram-Posts. Achte darauf, hochwertige Bilder oder Videos zu verwenden, die ansprechend und ästhetisch sind. Vermeide verwackelte oder unscharfe Aufnahmen und nutze das volle Potenzial von Instagrams Bildformaten.

Aufmerksamkeitsstarke Überschrift (Hook):

Die Bildunterschrift ist Deine Möglichkeit, die Aufmerksamkeit der User zu gewinnen und sie zum Interagieren mit deinem Beitrag zu animieren. Verwende eine prägnante, ansprechende Überschrift, die den Inhalt des Beitrags zusammenfasst oder eine Frage stellt, die zum Nachdenken anregt.

Wertvoller Inhalt:

Stelle sicher, dass dein Post einen Mehrwert für Deine Zielgruppe bietet. Dies kann informativer, inspirierender oder unterhaltsamer Content sein. Schau in Deine Persona-Beschreibung, welche Bedürfnisse oder Interessen Deine Zielgruppe hat und gestalte deine Inhalte entsprechend.

Verwendung von Hashtags (verlieren an Relevanz):

Integriere relevante Hashtags in deine Bildunterschrift, um deine Sichtbarkeit zu erhöhen und neue Follower anzuziehen. Nutze sowohl beliebte als auch spezifische Hashtags, die zu deinem Beitrag passen, aber übertreibe es nicht mit der Anzahl.

Call-to-Action (Handlungsaufforderung):

Ermutige die Menschen, mit deinem Beitrag zu interagieren, indem du eine klare Call-to-Action einfügst. Bitte sie um Kommentare, Likes oder teilen des Beitrags, um das Engagement zu steigern und eine aktive Community aufzubauen und die Ausspielung der Posts zu erhöhen.

Emotionale Ansprache:

Versuche, eine emotionale Verbindung zu Deinen Followern herzustellen. Emotionen wecken Interesse und erzeugen eine stärkere Bindung zu Deiner Marke. Nutze Geschichten, die Emotionen ansprechen, oder zeige die menschliche Seite hinter Deinem Unternehmen.

Zeitpunkt der Veröffentlichung:

Achte auf den optimalen Zeitpunkt für die Veröffentlichung Deines Beitrags. In der internen Analyse kannst Du die Zeiten ermitteln, zu denen deine Zielgruppe am aktivsten ist. Dadurch erhöhst du die Wahrscheinlichkeit, dass dein Beitrag von mehr Nutzern gesehen wird. Poste am besten noch vor dem Peak der Aktivität.

Interaktion und Community-Management:

Sei aktiv und komme in Kontakt mit Deiner Community. Antworte auf Kommentare, bedanke Dich für Likes und zeige Wertschätzung gegenüber Deinen Followern. Eine persönliche Interaktion fördert das Vertrauen und stärkt die Bindung zu Deiner Marke. Interagiere auch in den Kommentaren mit anderen Accounts aus Deiner Nische. Damit lenkst Du die Aufmerksamkeit auf Deinen Account. Bitte sei dabei respektvoll, wertschätzend und gib wertvolle Kommentare ab. Vermeide Spamkommentare nur um auf Dich aufmerksam zu machen.

Storytelling:

Erzähle Geschichten mit Deinen Beiträgen. Geschichten wecken Emotionen und machen den Content interessanter. Nutze die Bildunterschrift, um Geschichten zu erzählen oder mit Instagram Stories einen Einblick hinter die Kulissen zu gewähren.

Branding:

Halte eine konsistente Bildsprache und Tonalität bei deinen Instagram-Posts aufrecht. Dein Profil sollte eine zusammenhängende Geschichte erzählen und deine Marke authentisch repräsentieren.

Konsistenz:

Poste am besten regelmäßig. Wenn Du kannst möglichst oft (1-2 Mal am Tag). Da schafft Sichtbarkeit und hilft Dir Deine beste Performance zu erreichen. Falls Dir tägliches Posten nicht gelingt, dann sind drei Posts pro Woche Deine Alternative.

HASHTAGS UND SEO

Hashtags richtig nutzen

Hashtags spielen inzwischen keine ganz so große Rolle mehr, um auf Instagram Sichtbarkeit zu erlangen und eine breitere Zielgruppe anzusprechen. Als Schlagwörter oder Schlüsselbegriffe werden sie durch das „#“ Symbol gekennzeichnet und dienen dazu, Beiträge kategorisch zu klassifizieren und miteinander zu verbinden. Die richtige Verwendung von Hashtags hilft Instagram deine Beiträge einzuordnen.

Darauf solltest Du achten:

Relevanz:

Verwende Hashtags, die relevant zu Deinem Inhalt und Deiner Zielgruppe passen. Wähle Hashtags, die das Hauptthema deines Beitrags widerspiegeln und die Menschen ansprechen, die sich dafür interessieren könnten.

Suche nach beliebten Hashtags:

Für die Hashtag-Suche kannst Du entweder intern in der App über die Suche gehen und relevante Hashtags suchen oder ein externes Tools nutzen. Achte darauf, dass Du deutsche Hashtags verwendest, wenn Du im deutschsprachigen Raum arbeitest.

Nischen-Hashtags:

Verwende auch spezifische, weniger verbreitete Hashtags, die deine Zielgruppe gezielter ansprechen. Nischen-Hashtags können helfen, ein engagiertes Publikum anzuziehen und die Interaktion zu fördern.

Hashtag-Limit:

Instagram erlaubt bis zu 30 Hashtags pro Beitrag. Nutze dieses Limit jedoch nicht vollständig aus. Eine moderate Anzahl von 5-10 relevanten Hashtags pro Beitrag ist in der Regel ausreichend.

Mische Hashtag-Typen:

Verwende eine Kombination aus allgemeinen Hashtags und Marken- oder themen-spezifischen Hashtags, sowie Hashtags, die Zielgruppen-relevant sind.

Platzierung der Hashtags: Setze die Hashtags entweder am Ende deiner Bildunterschrift.

SEO (Suchmaschinenoptimierung)

Insgesamt geht es bei SEO auf Instagram darum, Deine Sichtbarkeit durch gezielte Aktionen zu erhöhen. Indem du die richtigen Keywords und Hashtags nutzt, hochwertige Inhalte erstellst, die Themenfunktion geschickt einsetzt und mit deiner Community interagierst, kannst du das Potenzial dieser Plattform optimal ausschöpfen.

1. Keywords sind der Schlüssel:

Ähnlich wie bei traditionellen Suchmaschinen sind auch auf Instagram relevante Keywords von großer Bedeutung. Integriere in Deinen Profilbeschreibungen und Beiträgen Schlüsselwörter, die das Thema Deiner Inhalte am besten widerspiegeln. So wirst du in den richtigen Suchen gefunden.

2. Hashtags gezielt einsetzen:

Hashtags sind nicht nur trendige Ergänzungen, sondern funktionieren auch als Mini-Suchmaschinen. Verwende relevante und beliebte Hashtags, um deine Beiträge einer breiteren Zielgruppe zugänglich zu machen. Dies verbessert deine Chancen, in Hashtag-spezifischen Suchen aufzutauchen.

3. Qualitätscontent ist unerlässlich:

Hochwertige, relevante Inhalte sind der Kern jeder SEO-Strategie. Instagram erkennt und belohnt engagierte Nutzer. Beiträge, die Likes, Kommentare und Shares anziehen, werden in den Algorithmus einbezogen, was zu besserer Sichtbarkeit führt.

Mehr Follower mit viralen Reels Hol dir den Onlinekurs!

Du willst auf Instagram wachsen und Kunden gewinnen? Das geht am besten mit Reels. Ich bin in 4 Monaten auf über 26.000 Follower gewachsen mit einer Strategie. Diese teile ich mit dir in Reel Follower Flow.

[HIER KLICKEN](#)



STORIES

Stories sind so hot! Am Anfang werden sie von den Meisten unterschätzt. Und viele trauen sich nicht vor die Kamera. Und doch, sind sie eine der wichtigsten Funktionen, um mit der Community in Kontakt zu treten und vor allem zu verkaufen.

Ich kann Dir nur wärmstens empfehlen in Stories ein wahrer Profi zu werden. Hier sind schon Mal ein paar Kniffe, um Stories zu rocken.

Schritt 1: Planung und Konzept

Überlege dir im Voraus, welche Botschaft oder Geschichte Du mit deinen Instagram Stories vermitteln möchtest. Definiere klare Ziele für jede Story, sei es die Bewerbung eines Produkts, das Teilen einer Erfahrung oder das Einbeziehen Deiner Community.

Erstelle einen groben Plan, um den roten Faden Deiner Stories festzulegen und sicherzustellen, dass sie einen klaren Anfang, eine Mitte und ein Ende haben. Das schafft Struktur und hilft deinen Zuschauern, der Story besser zu folgen.

Schritt 2: Kreative Gestaltung

Nutze die vielfältigen Funktionen von Instagram Stories, wie Text, Sticker, GIFs, Umfragen, Abstimmungen und Fragen, um deine Stories interessant und interaktiv zu gestalten. Experimentiere mit verschiedenen Layouts und Effekten, um visuell ansprechende Stories zu erstellen.

Achte darauf, dass Deine Bilder oder Videos eine gute Qualität haben und gut sichtbar sind. Vermeide verwackelte oder unscharfe Aufnahmen.

Schritt 3: Storytelling

Erzähle eine Geschichte mit Deinen Stories, sei es über dein Produkt, Deine Marke oder einen besonderen Moment. Beginne mit einer fesselnden Einleitung, die das Interesse Deiner Zuschauer weckt. Verwende die Reihenfolge der Stories, um den Spannungsbogen aufzubauen und einen flüssigen Übergang zwischen den Inhalten zu schaffen. Ende mit einem klaren Schluss, der zum Handeln oder zur Interaktion auffordert.

Schritt 4: Konsistenz und Timing

Veröffentliche Stories regelmäßig, um das Interesse deiner Follower aufrechtzuerhalten (3-5 am Tag). Eine konsistente Aktivität hilft dabei, deine Community zu binden und zu wachsen.

Schritt 5: Authentizität

Sei authentisch und zeige die Persönlichkeit hinter Deiner Marke. Menschen lieben es, echte Geschichten zu hören und eine Verbindung herzustellen.

Nutze Stories, um einen Blick hinter die Kulissen zu gewähren und Deinen Alltag oder die Entstehung deiner Produkte zu zeigen. Das schafft Vertrauen und Glaubwürdigkeit.

Schritt 6: Nutzerorientierte Inhalte

Fokussiere Dich auf die Bedürfnisse und Interessen deiner Zielgruppe. Überlege, welche Art von Inhalten sie anspricht und welchen Mehrwert du bieten kannst.

Stelle sicher, dass Deine Stories relevante Informationen, Tipps oder Unterhaltung liefern, die deine Zuschauer ansprechen.

Schritt 7: Call-to-Action

Ermutige Deine Zuschauer zur Interaktion, indem Du eine klare Handlungsaufforderung in Deine Stories einbaust. Bitte um Kommentare, Antworten auf Fragen oder Teilnahme an Umfragen. Füge Links zu Deinem Angebot in die Story ein.

Schritt 8: Auswertung und Analyse

Nutze die Insights-Funktion von Instagram, um die Performance Deiner Stories zu überprüfen. Identifiziere die erfolgreichsten Inhalte und Themen und passe Deine zukünftigen Stories entsprechend an.

Achte auf die Anzahl der Aufrufe und Interaktionen und wiederhole, was gut funktioniert.

Schritt 10: Spaß haben und experimentieren

Instagram Stories bieten eine Menge kreativer Möglichkeiten. Hab Spaß dabei, verschiedene Ideen auszuprobieren und zu sehen, was bei deiner Community am besten ankommt.

Experimentiere mit verschiedenen Formaten, Themen und Stilen, um Deine Stories abwechslungsreich und ansprechend zu gestalten.

Indem du diese Schritte befolgst und deine Instagram Stories kontinuierlich verbessert und angepasst werden, kannst du eine lebendige und ansprechende Story-Präsenz aufbauen, die Deine Follower begeistert und neue Zuschauer anzieht. Denke daran, dass der Schlüssel zu guten Stories darin liegt, relevant und unterhaltsam zu sein und eine echte Verbindung zu deiner Zielgruppe herzustellen.

COMMUNITYAUFBAU

Interaktion und Engagement sind entscheidende Faktoren, um eine aktive und engagierte Instagram-Community aufzubauen. Hier sind einige detaillierte Schritte, wie du dies erreichen kannst:

Beantworte Kommentare und Direktnachrichten zeitnah:

Achte darauf, dass du regelmäßig die Kommentare unter deinen Beiträgen durchgehst und auf Fragen, Meinungen oder Anmerkungen deiner Follower reagierst. Zeige ihnen, dass du ihre Interaktion schätzt, indem du zeitnah und persönlich antwortest.

Stelle Fragen und bitte um Meinungen:

Ermutige deine Community-Mitglieder zur aktiven Teilnahme, indem Du Fragen stellst oder ihre Meinungen zu bestimmten Themen einholst. Dies kann in den Bildunterschriften oder in den Instagram Stories geschehen. Die Einbindung Deiner Follower in die Gestaltung deiner Inhalte fördert das Gefühl der Zugehörigkeit.

Like und kommentiere Beiträge deiner Follower:

Zeige deiner Community, dass Du ihre Beiträge wahrnimmst, indem Du ihre Fotos likest und Kommentare hinterlässt. Dies ist eine großartige Möglichkeit, um die Bindung zu stärken und eine echte Beziehung zu deinen Followern aufzubauen.

Erstelle Inhalte in Zusammenarbeit mit deiner Community:

Beziehe deine Follower in die Gestaltung deiner Inhalte mit ein, indem du ihre Beiträge repostest oder User-Generated Content (UGC) teilst. Dies zeigt Wertschätzung für ihre Kreativität und Beteiligung und stärkt das Gemeinschaftsgefühl.

Teile Kundenbewertungen und Erfolgsgeschichten:

Zeige die positiven Erfahrungen und Bewertungen Deiner Kunden, um Vertrauen in deine Marke aufzubauen. Kundenbewertungen und Erfolgsgeschichten können andere dazu ermutigen, sich Deiner Community anzuschließen und von Deinem Wissen zu profitieren.

Organisiere exklusive Events und Webinare:

Um Deine Community enger zusammenzubringen und exklusive Inhalte zu bieten, kannst du Webinare, Q&A-Sessions oder Live-Events veranstalten. Diese Veranstaltungen ermöglichen es Deinen Followern, direkt mit Dir zu interagieren und von Deinem Wissen zu profitieren.

Durch konsequente Interaktion und Engagement mit deiner Community kannst du eine aktive und loyale Instagram-Community aufbauen. Behalte die Bedürfnisse und Interessen deiner Follower im Blick und arbeite kontinuierlich daran, eine unterstützende und positive Umgebung zu schaffen, um das Wachstum deiner Community zu fördern.

VERKAUF

Indem du diese Schritte befolgst und deine Verkaufsstrategie kontinuierlich anpasst, kannst du auf Instagram erfolgreich verkaufen und deine Umsätze steigern. Sei geduldig, denn der Aufbau einer starken Verkaufspräsenz auf Instagram erfordert Zeit und Engagement. Denke daran, dass Authentizität und Kundenorientierung entscheidend sind, um langfristige Kundenbeziehungen aufzubauen und erfolgreich zu verkaufen.

Hochwertige Produktbilder:

Zeige deine Produkte in hochwertigen und ansprechenden Bildern. Achte auf gute Beleuchtung, Hintergründe und Details, um deine Produkte optimal zur Geltung zu bringen.

Nutze Instagram-Karussells oder -Galerien, um verschiedene Perspektiven deiner Produkte zu zeigen.

Storytelling und Emotionen:

Nutze Storytelling, um eine Verbindung zu deiner Zielgruppe herzustellen. Erzähle Geschichten über Dein Produkt oder Deine Marke, die Emotionen wecken und das Interesse steigern.

Verwende Call-to-Action-Elemente:

Ermutige Deine Follower, zu handeln, indem Du klare Call-to-Action-Elemente in Deine Bildunterschriften und Stories einfügst. Bitte um Kommentare, Likes oder das Teilen Deiner Beiträge, um das Engagement zu steigern.

Kooperationen:

Kooperiere mit Kollegen oder Influencern, die eine ähnliche Zielgruppe haben wie Du. Nutze ihre Reichweite, um deine Produkte einem breiteren Publikum vorzustellen und Verkäufe zu generieren.

Kundenbewertungen und Testimonials:

Teile positive Kundenbewertungen und Testimonials, um Vertrauen in Deine Produkte und deine Marke aufzubauen. Kundenbewertungen können potenzielle Kunden überzeugen, dass Dein Produkt ihren Bedürfnissen entspricht.

Exklusive Angebote:

Biete exklusive Angebote oder Rabatte auf Instagram an, um das Interesse deiner Follower zu wecken und sie zum Kauf zu animieren. Führe zeitlich begrenzte Aktionen oder Sonderverkäufe durch, um Dringlichkeit zu erzeugen.

Kundenservice und Support:

Sei für Deine Kunden erreichbar und antworte auf Fragen oder Anfragen zeitnah. Biete einen exzellenten Kundenservice, um das Vertrauen deiner Kunden zu stärken und sie zu langfristigen Käufern zu machen.

LASS UNS DURCHSTARTEN!

DEIN BONUS – PRIVATE COACHING SESSION

Ich habe ein exklusives Angebot für dich, mit dem du Schritt für Schritt lernen wirst, wie du Follower gewinnst und dabei Umsatz generierst – passend für jede Nische und ganz ohne nerviges Verkaufen!

[HIER KLICKEN](#)

Hi, ich bin Marit!

Ich stehe für effektives Instagram-Marketing und Online-Marketing. Technik-Nerd ist mein zweiter Vorname und ich liebe die Natur und Sport.

Mit Hilfe von Online-Marketing habe ich mir eine erfolgreiche Agentur aufgebaut und zeige Dir in meinen Programmen, wie Du Social Media Marketing in Kombination mit Online-Marketing für Dein Business nutzen kannst, damit Deine Kund:innen Dich finden und Deine Angebote kaufen.

Die Mission von mir ist es: „Wir geben deiner Idee die Chance, die Welt zu verändern!“ Mit einer klaren Strategie und einer Prise Spaß kannst Du das Online-Game rocken! Lass uns Großes schaffen!

