

Diese Leseprobe haben Sie beim  
 [edv-buchversand.de](https://www.edv-buchversand.de) heruntergeladen.  
Das Buch können Sie online in unserem  
Shop bestellen.  
[Hier zum Shop](#)

## Auf einen Blick

<b>1</b>	<b>Von der einstigen Fotoplattform zur Shopping-Destination ....</b>	<b>19</b>
<b>2</b>	<b>Instagram-Marketing-Basics .....</b>	<b>59</b>
<b>3</b>	<b>In 6 Schritten zur Instagram-Strategie .....</b>	<b>117</b>
<b>4</b>	<b>Positionierung und Branding .....</b>	<b>175</b>
<b>5</b>	<b>Die richtige Content-Strategie für Instagram .....</b>	<b>217</b>
<b>6</b>	<b>Story, Stories, Storytelling! .....</b>	<b>301</b>
<b>7</b>	<b>Instagram Reels: Push it Reel Good .....</b>	<b>349</b>
<b>8</b>	<b>Content Creation und Community Management .....</b>	<b>389</b>
<b>9</b>	<b>Instagram Ads .....</b>	<b>423</b>

# Inhalt

Vorwort .....	17
<b>1 Von der einstigen Fotoplattform zur Shopping-Destination .....</b>	<b>19</b>
<b>1.1 Generation Instagram .....</b>	<b>19</b>
1.1.1 Fast jeder dritte Internetnutzer ist ein Instagram-Nutzer .....	20
1.1.2 Das digitale Wohnzimmer der Millennials .....	22
1.1.3 8 Kanäle in einer App .....	23
1.1.4 Wann und wo Instagram genutzt wird .....	24
1.1.5 Täglich 53 Minuten auf Instagram .....	25
1.1.6 Instagram hat Suchtpotenzial .....	26
1.1.7 Instagram verführt zum Kauf .....	27
1.1.8 Humor ist ein großer Konkurrent auf Instagram .....	29
<b>1.2 Instagram ist die Marketing-Prio-Nummer 1 .....</b>	<b>30</b>
1.2.1 Instagram überholt Facebook bei der täglichen Nutzung .....	31
1.2.2 Mode, Beauty, Onlineshops: Für welche Unternehmen und Branchen eignet sich Instagram? .....	32
1.2.3 Instagram-Engagement: Weiterbildung auf Platz 1 .....	33
1.2.4 Eignet sich Instagram nur für B2C- oder auch B2B-Unternehmen? .....	34
<b>1.3 Was Du mit Instagram erreichen kannst .....</b>	<b>37</b>
1.3.1 Kunden durchlaufen den Follower Cycle .....	37
<b>1.4 Sichtbar werden auf Instagram .....</b>	<b>39</b>
1.4.1 Best Practice: Anna Zimmerman – Sichtbar werden durch Personal Branding .....	39
1.4.2 Best Practice: besser leben ohne Plastik – Sichtbar in der Nische werden .....	41
<b>1.5 Reichweite erhöhen .....</b>	<b>42</b>
1.5.1 Best Practice: Blumen Hoffmann – Reichweite erhöhen mit Instagram Reels .....	42
1.5.2 Das perfekte Reichweiten-Trio: Feed, Reels und Stories .....	44
<b>1.6 Community aufbauen und Engagement steigern .....</b>	<b>46</b>
1.6.1 Das Beispiel NUI – Gewinne das Vertrauen Deiner Follower .....	46

- 1.6.2 Das Beispiel »Anna und Oskar« – Baue Dir eine treue Instagram Community auf ..... 47
- 1.7 Conversions erzielen und Sales steigern** ..... 49
- 1.7.1 Das Beispiel »Marin et Marine« – »Ohne Instagram würde es unser Label nicht geben.« ..... 50
- 1.7.2 Das Beispiel »share« – Conversions für eine bessere Welt .... 51
- 1.7.3 Das Beispiel »gitti« – wie aus der Idee »Glitzernagellack« eine erfolgreiche Instagram-Marke wurde ..... 53
- 1.7.4 Best Practice: Vanilla Mind – wenn sich die Instagram Community einen Onlineshop wünscht ..... 55
- 1.8 Instagram gegen den Rest der Social-Media-Welt** ..... 56
- 1.8.1 Instagram 2022 – alles wird wie neu sein ..... 57
- 2 Instagram-Marketing-Basics** ..... 59
- 2.1 Erstelle ein Instagram-Profil, dass Deine Kunden lieben werden** ..... 59
- 2.1.1 Das Einmaleins der Instagram-Kanäle ..... 60
- 2.1.2 »Instagram is no longer a Photosharing-App« ..... 61
- 2.1.3 Lege ein Instagram-Profil an ..... 62
- 2.1.4 Das Backend Deines Instagram-Profiles ..... 63
- 2.1.5 Wähle den richtigen Benutzernamen ..... 64
- 2.2 Erstelle ein Instagram-Business-Profil** ..... 65
- 2.2.1 Vorteile eines Instagram-Business-Profiles ..... 66
- 2.2.2 Schritt-für-Schritt-Anleitung: So verwandelst Du Dein privates Instagram-Profil in ein Instagram-Business-Profil .... 67
- 2.3 Instagram-Creator-Profil** ..... 70
- 2.3.1 Lohnt sich der Wechsel vom Business- zum Creator-Profil? ..... 70
- 2.3.2 So wechselst Du zum Instagram-Creator-Profil ..... 71
- 2.4 Für Stars und Personen des öffentlichen Lebens – Instagram-Profil verifizieren lassen** ..... 72
- 2.4.1 So kommst Du an den blauen Haken bei Instagram ..... 73
- 2.4.2 Mit mehreren Instagram-Accounts zum Erfolg ..... 75
- 2.5 Die Instagram-Kanäle und Formate verstehen** ..... 76
- 2.5.1 Der perfekte Format-Mix auf Instagram ..... 77
- 2.5.2 Instagram Feed vs. Instagram Stories ..... 77
- 2.5.3 Videos first, always! ..... 79
- 2.5.4 Carousels sind ein Muss im Instagram Feed ..... 80

- 2.5.5 Mehr Kommentare mit Videos in den Carousels ..... 83
- 2.5.6 Nutze das Potenzial von Infografiken ..... 83
- 2.5.7 Teile Daumenstopper ..... 85
- 2.5.8 Schreibe lange Posting-Texte ..... 86
- 2.5.9 Und was ist mit den #Hashtags? ..... 88
- 2.6 Instagram Stories: Wie Du mit kurzen Geschichten Follower\*innen unterhältst** ..... 89
- 2.6.1 Von Vine zu Snapchat und zu Instagram Stories – was genau geschah. .... 90
- 2.6.2 Interagiere mit Deiner Community ..... 91
- 2.6.3 Storytelling mit Instagram Stories ..... 92
- 2.7 Instagram Reels: Multi-Clip-Videos in Dauerschleife** ..... 93
- 2.7.1 Instagram Reels vs. Instagram Stories ..... 94
- 2.7.2 Mobile Filming mit Reels ..... 94
- 2.7.3 Wofür kannst Du Instagram Reels nutzen? ..... 95
- 2.8 IGTV: Das Fernsehen Deiner Follower** ..... 97
- 2.8.1 Kreiere spannenden Serien-Content für Deine Community ..... 97
- 2.9 Instagram Live: Wie Du mit Lives die Aufmerksamkeit der Follower\*innen gewinnst und Verbindung herstellst** ..... 99
- 2.9.1 So verlierst Du die Scheu vor einem Instagram Live ..... 100
- 2.10 Instagram Shopping – der ultimative Booster für mehr Verkäufe** ..... 101
- 2.10.1 Instagram Shop einrichten ..... 103
- 2.10.2 Die Vorteile eines Instagram Shops ..... 106
- 2.10.3 Instagram Guides ..... 107
- 2.11 Instagram-Algorithmus: Was Du darüber wissen musst und wie Du ihn beeinflussen kannst** ..... 108
- 2.11.1 Instagram-Algorithmus durch Interaktionen hacken ..... 109
- 2.11.2 Kenne Deine Limits ..... 111
- 2.11.3 Instagram-Algorithmus hacken durch Regelmäßigkeit ..... 112
- 2.11.4 Instagram-Algorithmus durch Formate hacken ..... 113
- 2.11.5 Instagram-Algorithmus hacken durch Verweildauer ..... 113
- 2.11.6 Instagram-Algorithmus durch Beziehung hacken ..... 114
- 2.12 Die 3 häufigsten Instagram-Fehler, und was Du stattdessen tun solltest** ..... 114
- 2.12.1 Follow-/Unfollow-Strategien ..... 114
- 2.12.2 Kaltaquise per Direktnachricht ..... 115
- 2.12.3 Fehlende Authentizität ..... 115

<b>3</b>	<b>In 6 Schritten zur Instagram-Strategie</b>	117
3.1	Damit Instagram Spaß macht und Erfolge bringt	117
3.2	In 6 Schritten zur perfekten Instagram-Strategie	118
3.3	So legst Du ein Instagram-Audit an	119
3.4	Internes Instagram-Audit	120
3.4.1	Die Aufgaben eines Instagram-Managers	121
3.4.2	Was kostet die Betreuung eines professionellen Instagram-Profiles?	122
3.5	Externes Instagram-Audit	123
3.6	Erstelle ein Instagram-Profil, das andere lieben werden	123
3.6.1	Wecke das Interesse mit einem gebrandeten Profilbild	125
3.6.2	Lege einen Instagram-Namen fest, der gefunden werden kann	125
3.6.3	Formuliere einen Steckbrief, der neue Follower*innen magisch anzieht	127
3.6.4	Gewinne mit Action-Buttons neue Kunden	127
3.6.5	Erstelle eine Linkliste auf Deiner Website	128
3.6.6	Hebe Dich mit Instagram Story Highlights von der Masse ab	130
3.6.7	Wie Du mit Deinem Instagram Feed-Design Eindruck schindest	132
3.6.8	Gestalte einen abwechslungsreichen Instagram Feed	135
3.7	Konkurrenzanalyse	135
3.7.1	Was gehört zu einer Konkurrenzanalyse?	136
3.7.2	Tool-Tipp für die Konkurrenzanalyse	136
3.7.3	Engagement Rate berechnen	137
3.7.4	Analysiere die Hashtags Deiner Konkurrenz	140
3.7.5	Analysiere die Instagram Ads Deiner Konkurrenz	140
3.7.6	Stelle die Ergebnisse in einer SWOT-Analyse dar	142
3.8	Zielgruppenanalyse	142
3.8.1	Analysiere Deine Follower*innen in den Instagram Insights	143
3.8.2	So findest Du die beste Posting-Zeit heraus	144
3.8.3	Mache eine Instagram-Umfrage	145
3.8.4	Führe Tiefeninterviews durch	147
3.8.5	Entwickle Wunschkundenprofile anstatt Personas	148
3.9	Analysiere Dein Instagram-Profil	149
3.9.1	Nutze die Instagram Insights	149

3.9.2	Die wichtigsten Instagram-Kennzahlen	151
3.9.3	Reichweite pro Post	152
3.9.4	Durchschnittliche Reichweite ermitteln	154
3.9.5	Engagement pro Post	154
3.9.6	Instagram Engagement Benchmarks	156
3.9.7	Video-Insights	157
3.9.8	Reels Insights	158
3.9.9	Profilaufrufe	158
3.9.10	Neue Abonnent*innen/Follower-Wachstum	159
3.9.11	Mit steigender Follower-Zahl sinkt die Reichweite	160
3.9.12	Website-Klicks	161
3.9.13	Story Insights	163
3.9.14	Retention Rate	164
3.9.15	Tap Forward und Tap Back Rate	165
3.9.16	Öffnungsrate und Completion Rate	166
3.10	Instagram-Ziele setzen	168
3.10.1	Von den Geschäftszielen zu den Instagram-Zielen	168
3.10.2	Definiere SMART-Ziele	169
3.10.3	Die wichtigsten KPI für Instagram	170
3.10.4	Fazit: Setze Dir Ziele, die Dich morgens aus dem Bett springen lassen	173
<b>4</b>	<b>Positionierung und Branding</b>	175
4.1	Finde Deine Nische	176
4.1.1	Warum das Warum so wichtig ist	177
4.1.2	Erforsche Dein Warum und Wofür	177
4.1.3	Lege Deine Werte fest	178
4.1.4	Deine Kompetenz, Dein USP, Dein Versprechen	180
4.1.5	Analysiere die Pain Points Deiner Zielgruppe	180
4.1.6	Grenze Dich von Deiner Konkurrenz ab	181
4.2	Purpose – das neue Warum?	182
4.2.1	Was willst Du in die Welt bringen?	183
4.2.2	Instagram-Marketing mit Purpose: Das Beispiel Wildling Shoes	184
4.2.3	Exkurs: Entdecke Dein Ikigai	185
4.3	Deine Positionierung auf Instagram	186
4.3.1	Instagram-Positionierung am Beispiel einer Expertin	187

- 4.4 Von der Positionierung zur Markenidentität – von Nadja Hossack** ..... 188
  - 4.4.1 Was passiert eigentlich, wenn jemand zum ersten Mal auf Dein Instagram-Profil gelangt? ..... 189
  - 4.4.2 Beeinflusse die Wahrnehmung Deines Instagram-Profiles mit Gestaltungspsychologie ..... 191
- 4.5 Branding: Deine Positionierung in eine auditive und visuelle Bildwelt übersetzen** ..... 193
  - 4.5.1 Deine Markenidentität ist die Brücke von Deiner Positionierung zu Deiner Zielgruppe ..... 193
  - 4.5.2 Entdecke Deinen Markencharakter und Deine Markenstimme ..... 195
  - 4.5.3 Brand-Archetypen ..... 196
  - 4.5.4 Dein Slogan – Deine Grundabsicht ..... 200
  - 4.5.5 Deine visuelle Markenidentität – Deine kreative Leitidee ... 200
  - 4.5.6 Das Moodboard – Deine Design-Richtung ..... 202
  - 4.5.7 So erstellst Du ein Moodboard ..... 203
  - 4.5.8 Wie Du Deine passende Bildsprache auf Instagram findest ..... 204
  - 4.5.9 Deine Farben – was soll Deine Marke ausstrahlen? ..... 207
  - 4.5.10 Die Farbformel für eine stimmige Farbpalette ..... 208
  - 4.5.11 Tipp: Kostenlose Farbpalette mit Adobe ..... 210
  - 4.5.12 Typografie – mehr als nur Informationsvermittler ..... 211
  - 4.5.13 Nutze mehrere Schriften für Dein Instagram Branding ..... 213
  - 4.5.14 Weitere Branding-Elemente für Instagram ..... 214
  - 4.5.15 Fazit ..... 214

**5 Die richtige Content-Strategie für Instagram** ..... 217

- 5.1 Content Wheel** ..... 217
  - 5.1.1 Core Strategy ..... 218
  - 5.1.2 Creation Strategy ..... 219
  - 5.1.3 Distribution Strategy ..... 219
  - 5.1.4 Ad Strategy ..... 219
  - 5.1.5 Das Content Wheel am Beispiel von Kathy Ursinus ..... 221
- 5.2 Definiere Deine Core Story** ..... 224
  - 5.2.1 Storytelling in Instagram – wie eine Heldenreise, nur viel kürzer ..... 225
  - 5.2.2 Heldenfiguren sind immer Deine Kund\*innen ..... 227

- 5.3 B2B-Content-Strategien** ..... 228
  - 5.3.1 Nutze das FISH-Modell von Mirko Lange (talkabout) ..... 229
  - 5.3.2 Häufig genutzte Content-Formate in B2B ..... 230
- 5.4 Funnel-Strategien für Personal Brands** ..... 231
  - 5.4.1 Die Funnel-Strategie am Beispiel »Mind Ways« ..... 232
- 5.5 Content-Planung mit Fokusthemen** ..... 233
  - 5.5.1 Die 5 wichtigsten Content-Säulen für Instagram ..... 234
  - 5.5.2 Content-Säulen am Beispiel »Johanna Fritz« ..... 235
  - 5.5.3 Lege Deine Fokusthemen fest ..... 237
  - 5.5.4 Vom Long-form Content zum Short-form Content auf Instagram ..... 238
  - 5.5.5 Von den Fokusthemen zu den Content Snacks ..... 240
- 5.6 Effektive Content-Planung** ..... 243
  - 5.6.1 Mehr Effizienz und Produktivität mit der Batching-Methode ..... 244
  - 5.6.2 Instagram-Content-Planung mit Trello ..... 246
  - 5.6.3 Feed-Vorschau mit Unum ..... 247
  - 5.6.4 Instagram-Content-Planung mit Notion ..... 247
  - 5.6.5 Content-Planung anhand von Content-Formaten ..... 248
  - 5.6.6 Best-Practice-Designerin Lisa Koch – Instagram-Content-Planung mit einer Ideenliste, 3 Fokusthemen und 5 definierten Content-Typen ..... 249
  - 5.6.7 Entwickle Content für die Reise Deiner Follower\*innen ..... 251
- 5.7 33 Post-Ideen für Deinen Instagram Feed** ..... 252
  - 5.7.1 Starte mit einem Bäm ..... 253
  - 5.7.2 Mache Lust auf mehr ..... 254
  - 5.7.3 Teile Erkenntnisse aus (Podcast-)Interviews und Vorträgen ..... 255
  - 5.7.4 Teile Deine Gründer-Story ..... 256
  - 5.7.5 Über-mich- oder Über-uns-Post ..... 257
  - 5.7.6 Stelle Dich mit einem Instagram Reel vor ..... 258
  - 5.7.7 Kommuniziere Deine Core Story ..... 259
  - 5.7.8 Fange den aktuellen Zeitgeist ein ..... 260
  - 5.7.9 Teile direkt anwendbares Wissen ..... 261
  - 5.7.10 Veranschauliche mit Infografiken ..... 263
  - 5.7.11 Verwende Checklisten und Listicals ..... 264
  - 5.7.12 Teile einen Quicktipp ..... 265
  - 5.7.13 Veröffentliche Carousels ..... 266
  - 5.7.14 Erkläre Fachbegriffe in Deiner Nische ..... 268
  - 5.7.15 Zeige Deine Routinen und Workflows ..... 269

- 5.7.16 Verbreite eine positive Stimmung in Deinem Instagram-Profil ..... 270
- 5.7.17 Poste zu tagesaktuellen und saisonalen Anlässen ..... 271
- 5.7.18 Bringe Dich in die aktuelle Diskussion ein ..... 272
- 5.7.19 Unterhalte neue Follower\*innen mit Memes ..... 273
- 5.7.20 Wortspiele gehen immer ..... 274
- 5.7.21 Bring Deine Community zum Lachen ..... 274
- 5.7.22 Lasse die Community abstimmen ..... 275
- 5.7.23 Gib der Community ein Rätsel auf ..... 275
- 5.7.24 Starte Mitmach-Aktionen oder Challenges ..... 276
- 5.7.25 Orakel-Post ..... 277
- 5.7.26 Mache Deine Follower\*innen neugierig ..... 278
- 5.7.27 Teile Kundenerfolge, und überzeuge mit Testimonials ..... 279
- 5.7.28 Visualisiere die Transformation Deiner Kund\*innen ..... 281
- 5.7.29 Beschreibe den Ablauf Deines Kurses oder Prozesses ..... 282
- 5.7.30 Stelle neue Produkte und Services ins Spotlight ..... 283
- 5.7.31 Inszeniere Dein Produkt mit Instagram Reels ..... 284
- 5.7.32 Teile ein Give-away ..... 285
- 5.7.33 Feiere Deinen Erfolg ..... 286
- 5.8 Der perfekte Instagram-Post ..... 286**
  - 5.8.1 Das Geheimnis lesenswerter Instagram Captions ..... 287
  - 5.8.2 So einfach schreibst Du herausragende Headlines ..... 290
  - 5.8.3 Wähle die passenden Hashtags ..... 292
  - 5.8.4 Deine tägliche Instagram-Routine ..... 294
  - 5.8.5 Automatisiert posten ..... 294
  - 5.8.6 Automatisiert posten mit Later ..... 295
  - 5.8.7 Automatisiert posten mit Planoly ..... 296
  - 5.8.8 Automatisiert posten mit der Facebook Business Suite ..... 297
  - 5.8.9 Fazit: Erst das Thema, dann das Format ..... 298

**6 Story, Stories, Storytelling! ..... 301**

- 6.1 Was macht eine gute Instagram Story aus? ..... 302**
  - 6.1.1 Die 7 Merkmale einer guten Instagram Story ..... 303
  - 6.1.2 Storytelling mit Instagram Stories ..... 304
  - 6.1.3 Wie lang sollte eine Instagram Story sein? ..... 306
  - 6.1.4 Teile 5 bis 6 Stories am Tag für eine optimale Verweildauer ..... 307

- 6.1.5 Lasse mit jeder Story eine kleine Geschichte entstehen ..... 308
- 6.1.6 Weniger Absprünge mit Video- und Bilder-Stories ..... 309
- 6.1.7 Erhöhe das Engagement mit Video-Stories ..... 311
- 6.1.8 So verhinderst Du Story-Absprünge ..... 313
- 6.1.9 Nutze das Storytelling-Trio aus Stories, Reels und Carousels ..... 315
- 6.1.10 So planst Du Deine Instagram-Story-Woche ..... 316
- 6.2 How to: Instagram Stories erstellen ..... 317**
  - 6.2.1 Text zur Instagram Story hinzufügen ..... 318
  - 6.2.2 Untertitel zur Instagram Story hinzufügen ..... 319
  - 6.2.3 Instagram Story gestalten ..... 320
  - 6.2.4 Story Branding ..... 321
  - 6.2.5 Erstelle Stories, die in Erinnerung bleiben ..... 324
  - 6.2.6 Story-Filter und Effektgalerie ..... 325
  - 6.2.7 Story Sticker für den Community-Aufbau ..... 326
  - 6.2.8 Story-Umfrage-Ergebnisse richtig teilen ..... 327
  - 6.2.9 GIFs zur Instagram Story hinzufügen ..... 328
  - 6.2.10 Stories bei Instagram und Facebook teilen ..... 330
  - 6.2.11 Story Hack für mehr Reichweite ..... 331
  - 6.2.12 Die Vorteile der Enge-Freunde-Liste ..... 332
  - 6.2.13 So nimmst Du spielend leicht persönliche Stories von Dir auf ..... 334
  - 6.2.14 7 Story-Ideen, bei denen Du nicht in die Kamera sprechen musst ..... 335
  - 6.2.15 Story-Kickstarts, die garantiert für Aufmerksamkeit sorgen ..... 335
- 6.3 Story-Ideen für jedes Business ..... 337**
  - 6.3.1 Teile Deine Gründer-Story ..... 337
  - 6.3.2 Stelle Dein Team vor ..... 338
  - 6.3.3 Gewinne die Aufmerksamkeit Deiner Follower ..... 339
  - 6.3.4 Gewähre einen Einblick hinter die Kulissen ..... 339
  - 6.3.5 Verpacke Deinen Büroalltag in spannende Stories ..... 340
  - 6.3.6 Teile Stories mit direktem Mehrwert ..... 341
  - 6.3.7 Greife relevante Themen auf, und frage nach Feedback ..... 342
  - 6.3.8 Verbinde Dich mit Deiner Community ..... 343
  - 6.3.9 Zeige Deine Produkte ..... 345
  - 6.3.10 Vermarkte Deine Dienstleistungen ..... 346
  - 6.3.11 Teile Testimonials und Kundenstimmen ..... 347
  - 6.3.12 Fazit ..... 348

<b>7</b>	<b>Instagram Reels: Push it Reel Good</b>	349
7.1	<b>Reels Basics</b>	350
7.1.1	Reels erstellen – eine kurze Anleitung	351
7.1.2	Reels-Funktionen im Überblick	352
7.1.3	Welche Arten von Reels gibt es?	355
7.1.4	Das Geheimnis erfolgreicher Reels	356
7.1.5	Mit dem Smartphone filmen und in Reels schneiden – Best Practice: Liebscher & Bracht	357
7.1.6	Die optimale Länge von Instagram Reels	358
7.1.7	Reels vs. TikTok	360
7.2	<b>Dein erstes Reel: von der Planung zur Umsetzung</b>	361
7.2.1	Reels-Ideen finden	362
7.2.2	Reels-Ideen für B2C und B2B	364
7.2.3	Die Anatomie eines perfekten Reels	364
7.2.4	Bevor Du loslegst: Das richtige Set-up	365
7.2.5	Reels filmen und bearbeiten	366
7.2.6	Die besten Filter und Effekte für Deine Reels	370
7.2.7	Beliebte Übergänge für Reels	371
7.3	<b>Was Du beim Posten von Reels beachten solltest</b>	372
7.3.1	Titelbild für Reels erstellen	373
7.3.2	Reels Caption und Hashtags	375
7.3.3	Shoppable Reels – tagge Deine Produkte	376
7.3.4	Nach dem Posten Deines Reels	377
7.3.5	Content Repurposing – Reels wiederverwenden	377
7.4	<b>Kreative Reels-Ideen</b>	379
7.4.1	Lip Syncing Reels	379
7.4.2	Challenges kreativ umsetzen	380
7.4.3	Vorher-/Nachher-Reels	382
7.4.4	How-tos und Tutorials	383
7.4.5	Behind-the-Scenes Reels	384
7.4.6	Stop Motion Reels	385
7.4.7	Blooper Reels	386
7.4.8	Eigene Reels-Ideen aus Deinem Unternehmen generieren	387
7.4.9	Fazit: Einfach mal machen – könnte ja »Reel« werden.	387

<b>8</b>	<b>Content Creation und Community Management</b>	389
8.1	<b>Instagram-Formatgrößen und Design-Vorgaben</b>	389
8.1.1	Design-Vorgaben für Instagram Reels	389
8.1.2	Design-Vorgaben für Einzel-Posts	390
8.1.3	Design-Vorgaben für IGTV-Videos	391
8.1.4	Design-Vorgaben für Instagram Stories	392
8.1.5	Design-Vorgaben für Videos	392
8.2	<b>Content Creation mit Canva</b>	392
8.2.1	Style Guide mit Canva erstellen	393
8.2.2	Einzelbilder und Grafiken mit Canva erstellen	394
8.2.3	Fotos in Canva in Deinen Brand-Farben finden	396
8.2.4	Carousels mit Canva erstellen	397
8.2.5	Infografiken mit Canva erstellen	398
8.2.6	Instagram Stories mit Canva erstellen	399
8.2.7	Story Highlight Cover in Canva erstellen	401
8.2.8	Reels mit Canva erstellen	403
8.2.9	Vorschaubilder und Endkarten für Reels und IGTV erstellen	405
8.2.10	Videos und Animationen in Canva erstellen	406
8.3	<b>Mojo, InShot und weitere Tools für die Content Creation</b>	407
8.3.1	Animationen mit Mojo erstellen	409
8.3.2	Videos mit InShot erstellen	410
8.3.3	Automatisch Untertitel für Videos erstellen	412
8.3.4	Tools für die Fotobearbeitung	413
8.3.5	Tools für die Video-Bearbeitung	414
8.4	<b>Tipps für Content Creation und Community Management</b>	414
8.4.1	Mache regelmäßige Foto- und Video-Shootings	414
8.4.2	Plane Deinen Content Woche für Woche	415
8.4.3	Recycle Deinen Content	416
8.4.4	Binde die Community mit ein	416
8.4.5	Manage Deine Community	417
8.5	<b>Krisenmanagement auf Instagram</b>	418
8.5.1	Regel Nummer 1: schnell reagieren	419
8.5.2	Regel Nummer 2: diplomatisch bleiben	420
8.5.3	Regel Nummer 3: deeskalieren	420
8.5.4	Regel Nummer 4: Fürsprecher aktivieren	420
8.5.5	So reagierst Du richtig auf negative Kommentare	420
8.5.6	Fazit: Das Zusammenspiel von Content und Community	421

<b>9 Instagram Ads</b> .....	423
<b>9.1 Was kostet Instagram-Werbung?</b> .....	423
9.1.1 So legst Du Dein Ad-Budget fest .....	424
9.1.2 Durchschnittlicher CPM, CPC und CTR von ZweiDigital .....	425
<b>9.2 Voraussetzungen für das Schalten von Werbeanzeigen auf Instagram</b> .....	426
9.2.1 Änderungen nach dem iOS-Update .....	427
9.2.2 Instagram-Profil mit Facebook-Seite verknüpfen .....	428
9.2.3 Facebook-Pixel installieren .....	428
9.2.4 Domain verifizieren .....	429
9.2.5 Aggregated Event Measurement .....	430
<b>9.3 Werbeanzeigen schalten</b> .....	430
9.3.1 Kampagnenziel festlegen .....	431
9.3.2 Budget und Zeitplan festlegen .....	433
9.3.3 Zielgruppe definieren .....	434
9.3.4 Teste verschiedene Anzeigengruppen .....	435
9.3.5 Benutzerdefinierte Zielgruppen .....	436
9.3.6 Achtung vor übermäßigem Retargeting .....	440
9.3.7 Instagram-Posts auf Engagement boosten .....	441
9.3.8 Platzierungen und Formate für Werbeanzeigen in Instagram .....	442
9.3.9 Reels bewerben .....	445
9.3.10 Carousel Story Ads bewerben .....	448
9.3.11 Tipps für Deine Creatives .....	449
9.3.12 Vergiss nicht den Call-to-Action .....	450
9.3.13 Influencer Performance Advertising .....	451
9.3.14 Branded Content Ads – Kampagnen mit Influencer-Content .....	452
9.3.15 Was Du bei Branded-Content-Kampagnen beachten musst .....	453
9.3.16 Anzeigenerfolg messen .....	454
Die Gastautorinnen .....	457
Index .....	461