

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

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

Inhalt

Vorwort	17
1 Von der einstigen Fotoplattform zur Shopping-Destination	19
1.1 Generation Instagram	19
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
1.2 Instagram ist die Marketing-Prio-Nummer 1	30
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
1.3 Was Du mit Instagram erreichen kannst	37
1.3.1 Kunden durchlaufen den Follower Cycle	37
1.4 Sichtbar werden auf Instagram	39
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
1.5 Reichweite erhöhen	42
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
1.6 Community aufbauen und Engagement steigern	46
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

3	In 6 Schritten zur Instagram-Strategie	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
4	Positionierung und Branding	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-Archetyphen 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

7	Instagram Reels: Push it Reel Good	349
7.1	Reels Basics	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	Dein erstes Reel: von der Planung zur Umsetzung	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	Was Du beim Posten von Reels beachten solltest	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	Kreative Reels-Ideen	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

8	Content Creation und Community Management	389
8.1	Instagram-Formatgrößen und Design-Vorgaben	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	Content Creation mit Canva	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	Mojo, InShot und weitere Tools für die Content Creation	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	Tipps für Content Creation und Community Management	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	Krisenmanagement auf Instagram	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

9 Instagram Ads	423
9.1 Was kostet Instagram-Werbung?	423
9.1.1 So legst Du Dein Ad-Budget fest	424
9.1.2 Durchschnittlicher CPM, CPC und CTR von ZweiDigital	425
9.2 Voraussetzungen für das Schalten von Werbeanzeigen auf Instagram	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
9.3 Werbeanzeigen schalten	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