

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

Vorwort

Liebe Leserinnen und Leser,

bereits mit der 2. Auflage von »Follow Me!« wusste ich, dass ich gerne einmal ein Buch über Instagram schreiben möchte. 10 Jahre sind vergangen, bis der Wunsch Wirklichkeit geworden ist. In diesen 10 Jahren hat sich viel bei Instagram getan. Die App hat sich von der reinen Photosharing-App zu einer videobasierten Plattform entwickelt und hält für Online-Shops, Startups, Influencer*innen als auch für B2B und Dienstleister*innen große Potenziale für mehr Sichtbarkeit und den Verkauf der eigenen Produkte bereit.

Ich schätze, viele der Leser*innen kennen Instagram und nutzen die App schon länger privat oder haben die Chancen für ihr Unternehmen bereits erkannt. Doch wenn es um die gezielte Umsetzung, den Community-Aufbau sowie Marketing und Sales geht, wird die Sache schon etwas komplizierter. Genau hier setzt »Insta it!« an. Es soll Dir zeigen, wie Du die App für Dein Business nutzen kannst.

Häufig kommt es vor, dass Unternehmen nach einem anfänglich guten Start mit schönen Designs und perfekten Fotos auf Instagram nach ein paar Jahren feststellen, dass sie an Reichweite verlieren und die Interaktion mit der Community stagniert. Falls Du Dich zu dieser Zielgruppe zählst, erhältst Du viele Ideen und Anregungen, wie Du mit der richtigen Content-Strategie (Kapitel 5, »Die richtige Content-Strategie für Instagram«) und interaktiven Instagram Stories eine echte Verbindung zu Deiner Zielgruppe aufbaust und sie zu loyale Multiplikatoren machst. Dem aufstrebenden Format Instagram Reels wurde ein eigenes Kapitel (Kapitel 7, »Instagram Reels: Push it Reel Good«) gewidmet, welches Anna Turner verfasst hat.

Spannend ist für Dich sicherlich auch, Anzeigen auf Instagram zu schalten. Aus meiner langjährigen Erfahrung weiß ich, dass viele Startups sowie kleine Labels sich schon einmal an Anzeigen versucht haben, die jedoch in den meisten Fällen nicht so performt haben, wie erwartet. Hier liefert das Buch Anzeigen-Strategien und konkrete Anleitungen, wie man Anzeigen in Instagram erstellt. Auch das Thema Influencer Marketing wird in Kapitel 9, »Instagram Ads« aufgegriffen und geeignete Strategien für das Content Recycling von Influencer Kampagnen aufgezeigt. An dieser Stelle möchte ich erwähnen, dass nicht ausführlicher auf Influencer Marketing eingegangen wird.

Dieses Buch richtet sich nicht nur an Marken, Online-Shops und Startups, sondern genauso an Selbständige und Freelancer im kreativen Bereich (Künstler*innen, Autor*innen, Blogger*innen, Grafiker*innen und Designer*innen, aber auch Dienstleister*innen, Berater*innen bis hin zu virtuellen Assistenten usw.). Anhand vieler

Best Practices und zahlreichen Expertinnen (z. B. Anna Zimmerman, Anke Benen, Caroline-Marine Hebel, Heike Friedrich, Jessica Diehl, Johanna Fritz, Kathy Ursinus, Melina Royer, Nadine Schubert, Nicole Wehn, Valérie Hebel, Carolin Flender), die in diesem Buch zu Wort kommen, erhältst Du Tipps und Tricks, wie Du eine Personenmarke aufbaust und Kund*innen durch Personal Branding gewinnst. In Kapitel 4, »Positionierung und Branding« bekommst Du eine ausführliche Anleitung, wie Du zu einer perfekten Positionierung in Instagram gelangst und ein einzigartiges Branding kreierst. Gastautorin Nadja Hossack liefert Dir in diesem Kapitel spannende Einblicke in die Gestaltpsychologie und wie Du sie nutzen kannst.

Vielleicht bist Du aber weder interessiert an den Themen Online-Shop noch Personal Brand, sondern möchtest Instagram einfach nur besser verstehen. Die App entwickelt sich rasant und es gibt ständig neue Änderungen, die in diesem Buch erläutert und in den richtigen Zusammenhang gebracht werden. Falls Du Dich also fragst, wie der Algorithmus funktioniert, ob Hashtags noch relevant sind und welches die besten Content-Formate sind, bekommst Du Antworten in Kapitel 2, »Instagram-Marketing-Basics« und Kapitel 3, »In 6 Schritten zur Instagram-Strategie«. In diesen Kapiteln lernst Du, die Basis für Dein Instagram Marketing zu schaffen, Deine Zielgruppe zu analysieren, Personas zu erstellen und Dir Ziele zu stecken. Du erhältst eine Übersicht über die wichtigsten Metriken und KPI.

»Insta it!« zeigt Dir mittels Storytelling, wie Du Deine Themen und unterhaltsam auf Instagram erzählst. In Kapitel 5, »Die richtige Content-Strategie für Instagram« erhältst Du mehr als 33 Content Ideen für Deinen Instagram Feed. Kapitel 6, »Story, Stories, Storytelling!« hält Tipps zur kanalgerechten Zielgruppenansprache bereit. Die wichtigsten Apps und Tools sind in Kapitel 8, »Content Creation und Community Management« erklärt und bringen Dich in die direkte Umsetzung.

Zum Schluss bleibt noch zu erwähnen, dass ein nicht zu unterschätzender Aspekt von Instagram in diesem Buch nicht behandelt wurde: Die Schädlichkeit von Instagram bei jungen Mädchen, aber auch bei Erwachsenen. Instagram bietet Suchtpotenzial und kann sich negativ auf die mentale Gesundheit auswirken.¹ Ich bin mir dessen als Autorin bewusst, habe mich jedoch auf die positiven Aspekte und kreativen Möglichkeiten der App konzentriert, um insbesondere Selbständigen und nachhaltigen Unternehmen den Weg zu einem erfolgreichen Instagram Marketing zu ebnen.

Zuletzt darf ich mich bei allen bedanken, die mich bei diesem Buch unterstützt haben, insbesondere meiner Familie bei den Gastautorinnen Anna Turner und Nadja Hossack, dem Rheinwerk Verlag und meinem langjährigen Lektor Stephan Matthescheck für die tolle Zusammenarbeit sowie bei allen Unternehmen und Interviewpartner*innen, die an diesem Buch durch ihre Einblicke und Abbildungen mitgewirkt haben.

1 <https://www.tagesschau.de/wirtschaft/unternehmen/instagram-131.html>