

Marketing für Trainer und Coaches



Instagram

mit Stephan Landsiedel

Was ist Instagram?

- ✓ Kostenfreie Foto-, Video Sharing und Social Networking App mit über 1 Milliarde aktiven monatlichen Nutzern
- ✓ 500 Millionen greifen global täglich auf Instagram zu

Was ist Instagram?

- ✓ Platz 10 meist besuchte Webseite weltweit
- ✓ Platz 4 meistgenutzte soziale Plattform hinter Facebook, YouTube und Whatsapp
- ✓ Deutschland hat mindestens 29,9 Millionen aktive Nutzer

Was bringt mir Marketing bei Instagram?

- ✓ Reichweite und Follower
- ✓ Marke aufbauen
- ✓ Aufbau einer Community
- ✓ Kundengewinnung
- ✓ Erhalten von Insights/Daten

Was machen die Menschen auf Instagram?

- ✓ Die meisten Nutzer konsumieren Inhalte auf Instagram.
- ✓ Du musst Inhalte produzieren, um erfolgreich zu sein.
- ✓ Sei ab sofort aktiv und interagiere!

Zielgruppe

Instagram: Zielgruppe

JUL
2022

INSTAGRAM: GLOBAL ADVERTISING AUDIENCE

THE POTENTIAL AUDIENCE THAT MARKETERS CAN REACH WITH ADS ON INSTAGRAM



TOTAL POTENTIAL REACH
OF ADS ON INSTAGRAM



1.44
BILLION

INSTAGRAM AD REACH
vs. TOTAL POPULATION



18.1%

QUARTER-ON-QUARTER CHANGE
IN INSTAGRAM AD REACH



[N/A]
[BASE REVISIONS]

YEAR-ON-YEAR CHANGE
IN INSTAGRAM AD REACH



[N/A]
[BASE REVISIONS]

INSTAGRAM AD REACH
vs. TOTAL INTERNET USERS



28.6%

INSTAGRAM AD REACH
vs. POPULATION AGED 13+



23.1%

FEMALE INSTAGRAM AD REACH
vs. TOTAL INSTAGRAM AD REACH



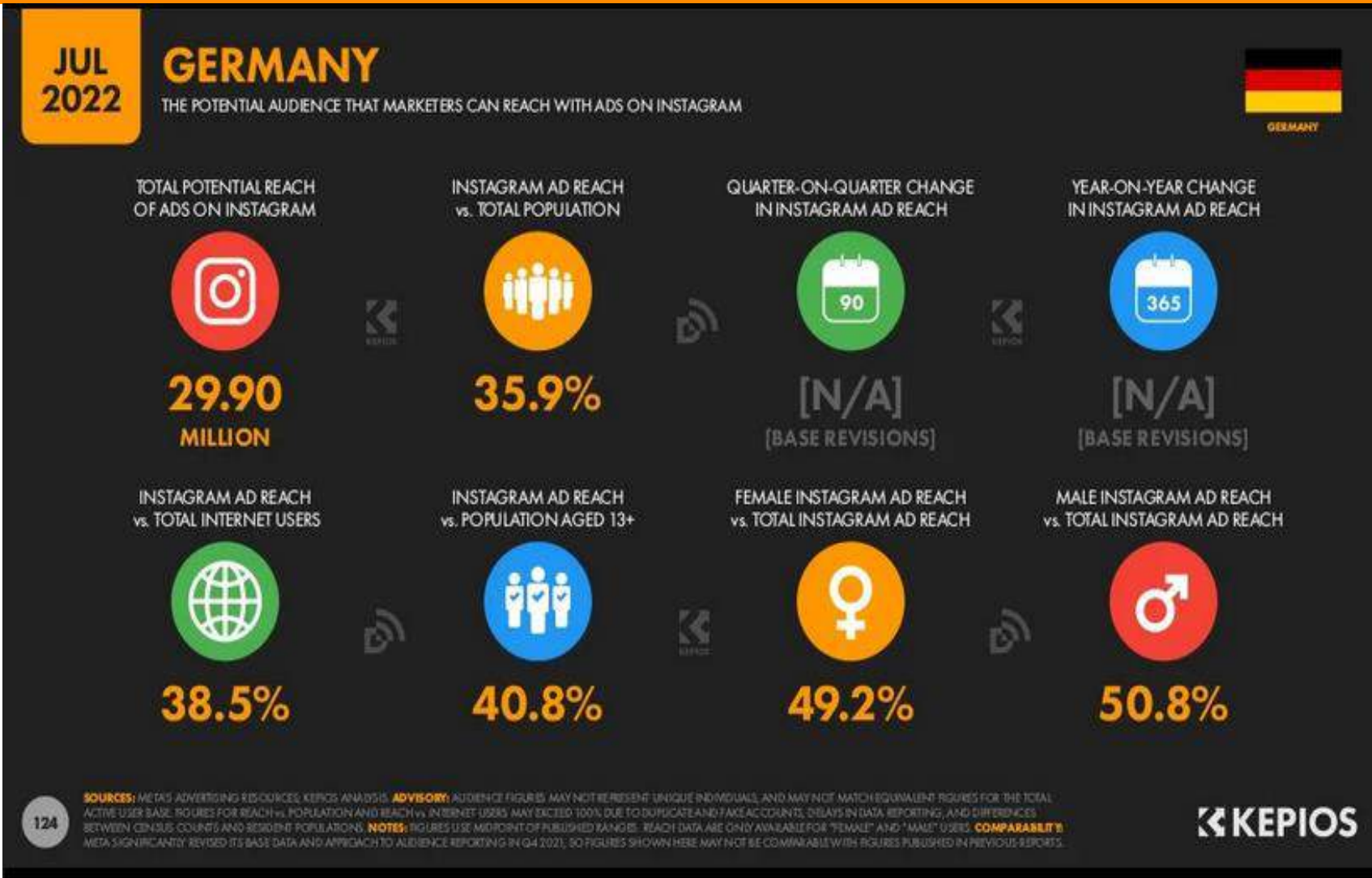
47.2%

MALE INSTAGRAM AD REACH
vs. TOTAL INSTAGRAM AD REACH



52.8%

Instagram: Zielgruppe

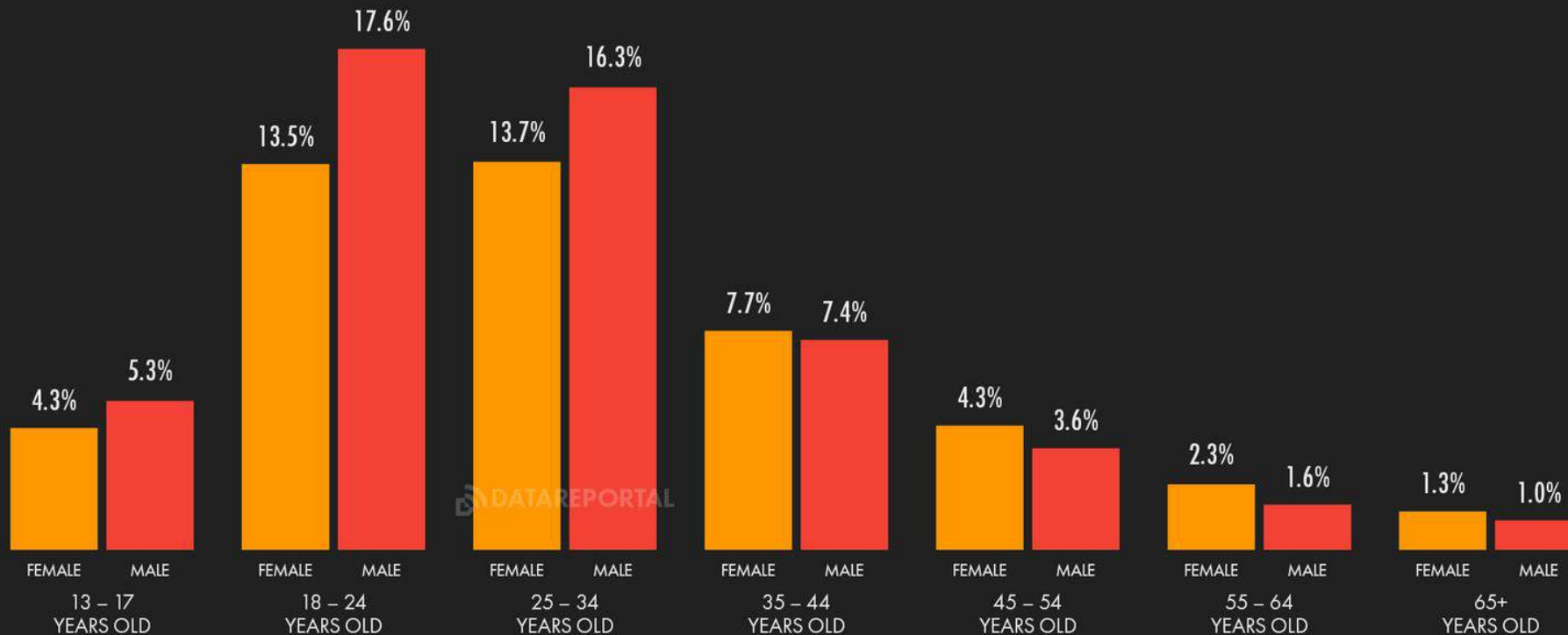


Instagram: Zielgruppe

JUL
2022

INSTAGRAM: ADVERTISING AUDIENCE PROFILE

SHARE OF INSTAGRAM'S ADVERTISING AUDIENCE BY AGE GROUP AND GENDER



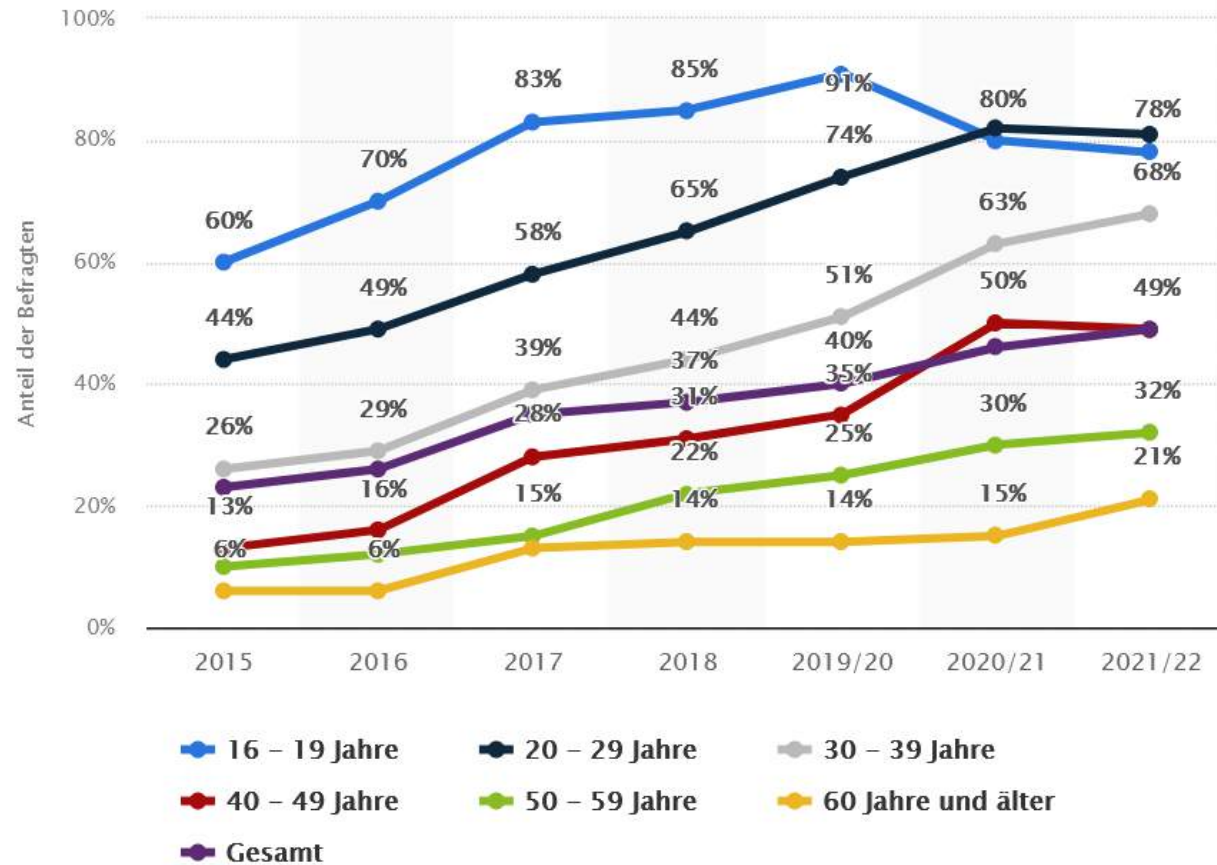
11

SOURCE: META'S ADVERTISING RESOURCES. **ADVISORY:** AUDIENCE FIGURES MAY NOT REPRESENT UNIQUE INDIVIDUALS, AND MAY NOT MATCH EQUIVALENT FIGURES FOR THE TOTAL ACTIVE USER BASE.
NOTES: FIGURES USE MIDPOINT OF PUBLISHED RANGES. META'S ADVERTISING RESOURCES ONLY PUBLISH GENDER DATA FOR "FEMALE" AND "MALE". **COMPARABILITY:** META HAS SIGNIFICANTLY REVISED ITS BASE DATA AND APPROACH TO AUDIENCE REPORTING, SO FIGURES SHOWN HERE MAY NOT BE DIRECTLY COMPARABLE WITH FIGURES PUBLISHED IN PREVIOUS REPORTS.

KEPIOS

Instagram: Zielgruppe

Abb.: Anteil der befragten Internetnutzer, die Instagram nutzen, nach Altersgruppen in Deutschland in den Jahren 2015 bis 2021/22



Instagram: Ländervergleich

JAN
2022

INSTAGRAM AD REACH RANKING

COUNTRIES AND TERRITORIES WITH THE LARGEST INSTAGRAM ADVERTISING AUDIENCES



#	LOCATION	TOTAL REACH	REACH vs. POP. 13+
01	INDIA	230,250,000	21.0%
02	U.S.A.	159,750,000	56.7%
03	BRAZIL	119,450,000	67.4%
04	INDONESIA	99,150,000	45.8%
05	RUSSIA	63,000,000	51.6%
06	TURKEY	52,150,000	76.5%
07	JAPAN	46,100,000	40.9%
08	MEXICO	37,850,000	37.0%
09	U.K.	31,750,000	54.8%
10	GERMANY	29,850,000	40.6%

#	LOCATION	TOTAL REACH	REACH vs. POP. 13+
11	ITALY	27,500,000	51.0%
12	FRANCE	26,550,000	47.6%
13	ARGENTINA	24,700,000	68.2%
14	SPAIN	22,850,000	55.4%
15	SOUTH KOREA	20,650,000	44.9%
16	PHILIPPINES	18,650,000	22.3%
17	THAILAND	18,500,000	30.6%
18	COLOMBIA	18,300,000	43.8%
19	CANADA	17,400,000	52.6%
20	UKRAINE	16,100,000	43.0%

147

SOURCES: META'S ADVERTISING RESOURCES; U.N.; U.S. CENSUS BUREAU. **ADVISORY:** AUDIENCE FIGURES MAY NOT REPRESENT UNIQUE INDIVIDUALS, AND MAY NOT MATCH EQUIVALENT FIGURES FOR THE TOTAL ACTIVE USER BASE. **NOTES:** ONLY INCLUDES COUNTRIES AND TERRITORIES WITH POPULATIONS OF AT LEAST 50,000 PEOPLE. FIGURES USE MIDPOINT OF PUBLISHED RANGES. **COMPARABILITY:** META HAS SIGNIFICANTLY REVISED ITS BASE DATA AND APPROACH TO AUDIENCE REPORTING, SO FIGURES SHOWN HERE MAY NOT BE DIRECTLY COMPARABLE WITH FIGURES PUBLISHED IN PREVIOUS REPORTS.

we
are
social

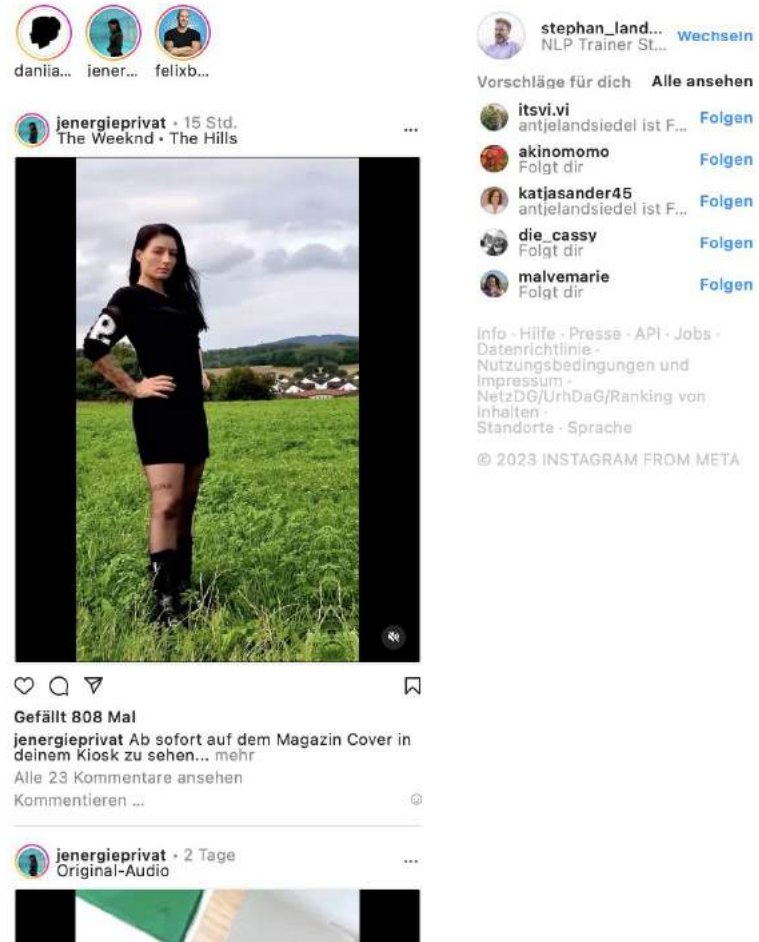
 Hootsuite®

Funktionen und Reichweite

Instagram Funktionen

- | | | | |
|---|-----------|---|--------------|
| ✓ | Newsfeed | ✓ | Reels/Videos |
| ✓ | Entdecken | ✓ | Kanal |
| ✓ | Stories | ✓ | IGTV |
| ✓ | Live | ✓ | Shop |
| ✓ | Posts | ✓ | Nachrichten |

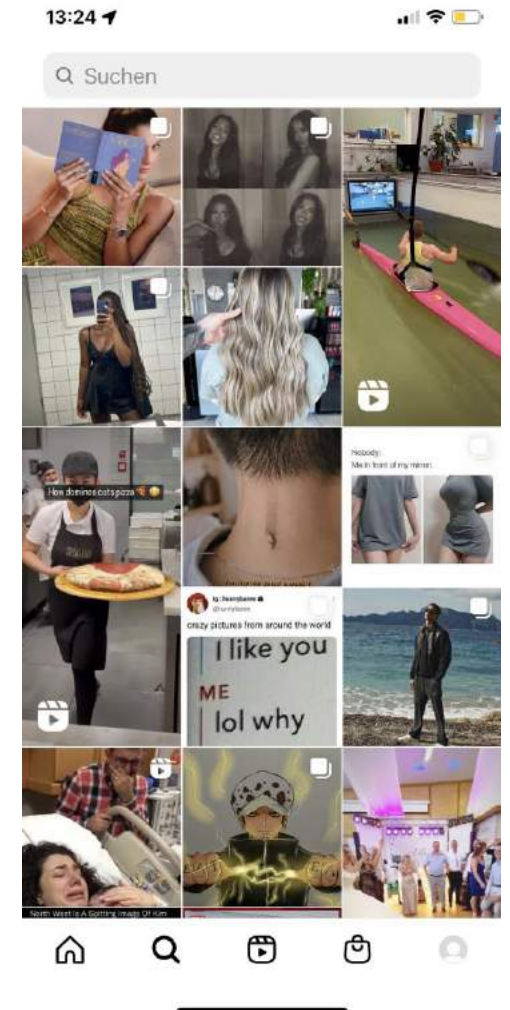
Newsfeed



... neue und relevante
Postings Deiner abonnierten
Kanäle und Hashtags

Entdecken

- ✓ Explore-Page: Empfehlungen für den Nutzer
- ✓ Tipp, um auf Explore Page zu gelangen:
Wenn Nutzer mit vielen Followern mit
Deinen Beiträgen interagieren



Entdecken-Seite personalisiert sich durch ...

1.

Content von Accounts, denen Du folgst

2.

Content mit Leuten, denen Du folgst

3.

Neue Posts mit viel Engagement

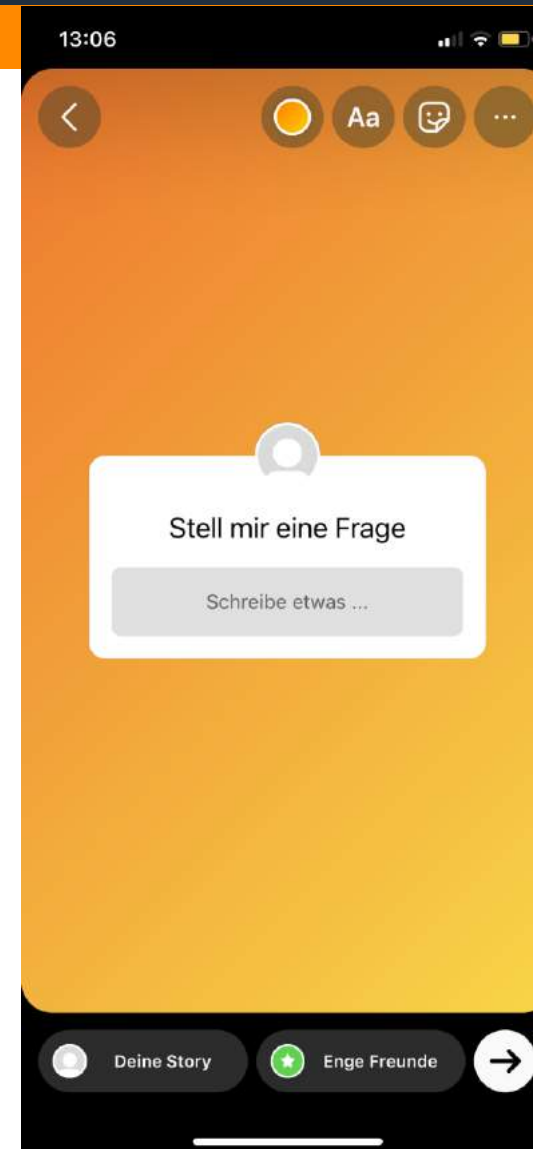
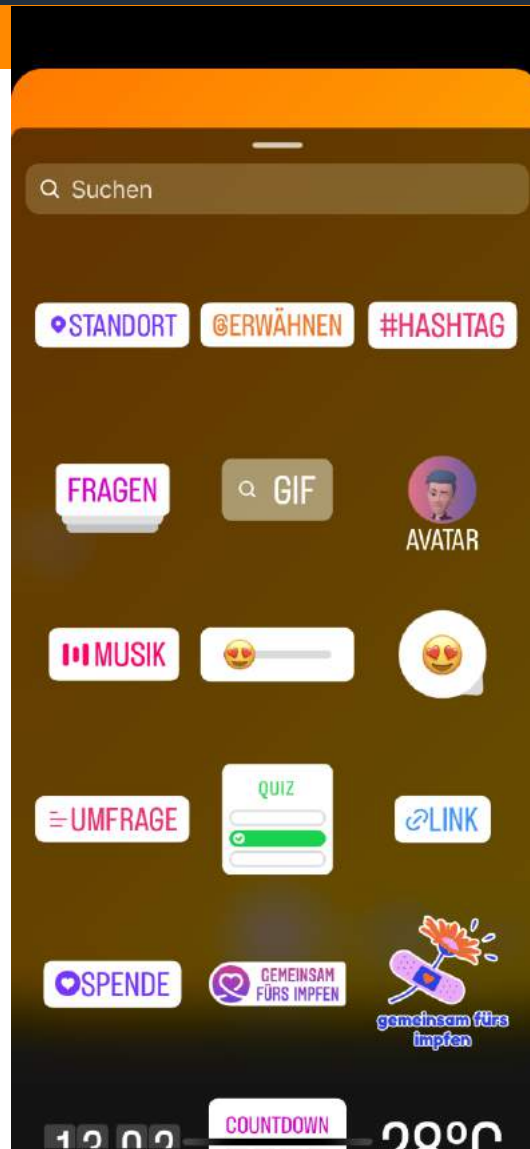
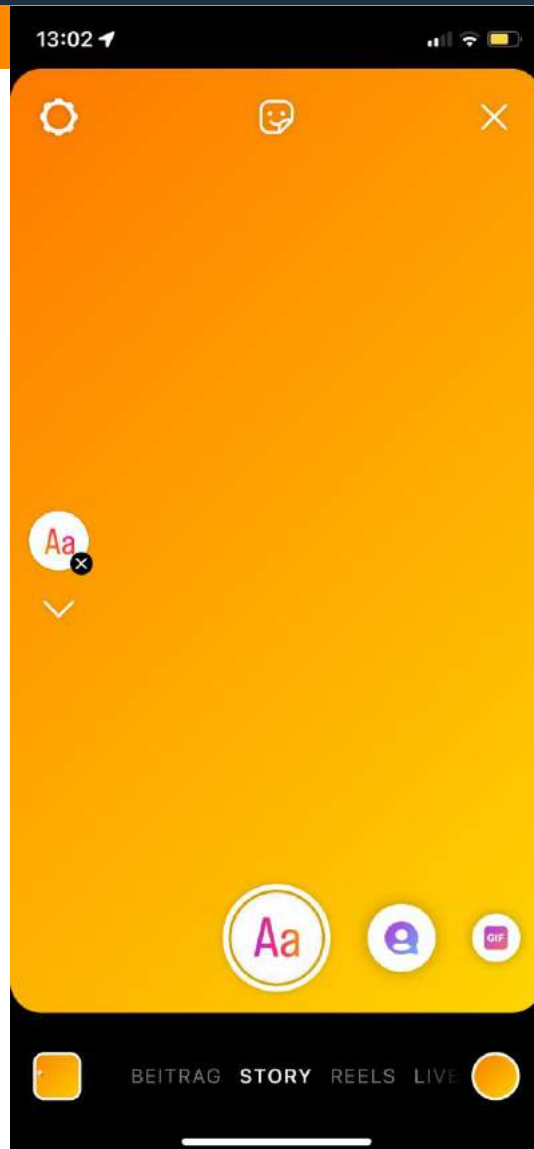
4.

Content-Art, mit der Du oft interagierst

Instagram Stories

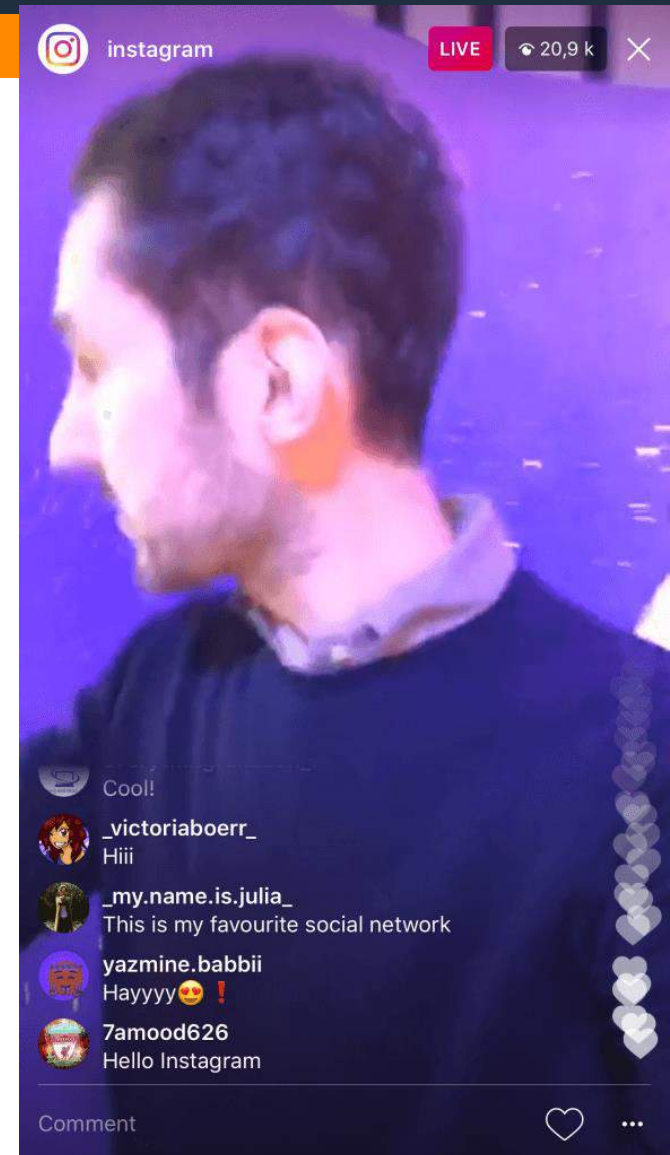
- ✓ Tool zur persönlichen Kommunikation, um Nähe zur eigenen Zielgruppe zu schaffen
- ✓ Hochladen von Bildern oder 15 Sekunden-Videos
- ✓ Regelmäßigkeit wichtig
- ✓ Story Highlights speicherbar im Profil
- ✓ Hinzufügbare: z.B. Sticker wie Fragen oder Umfragen, Hashtags, Musik, Untertitel, Text

Instagram Stories



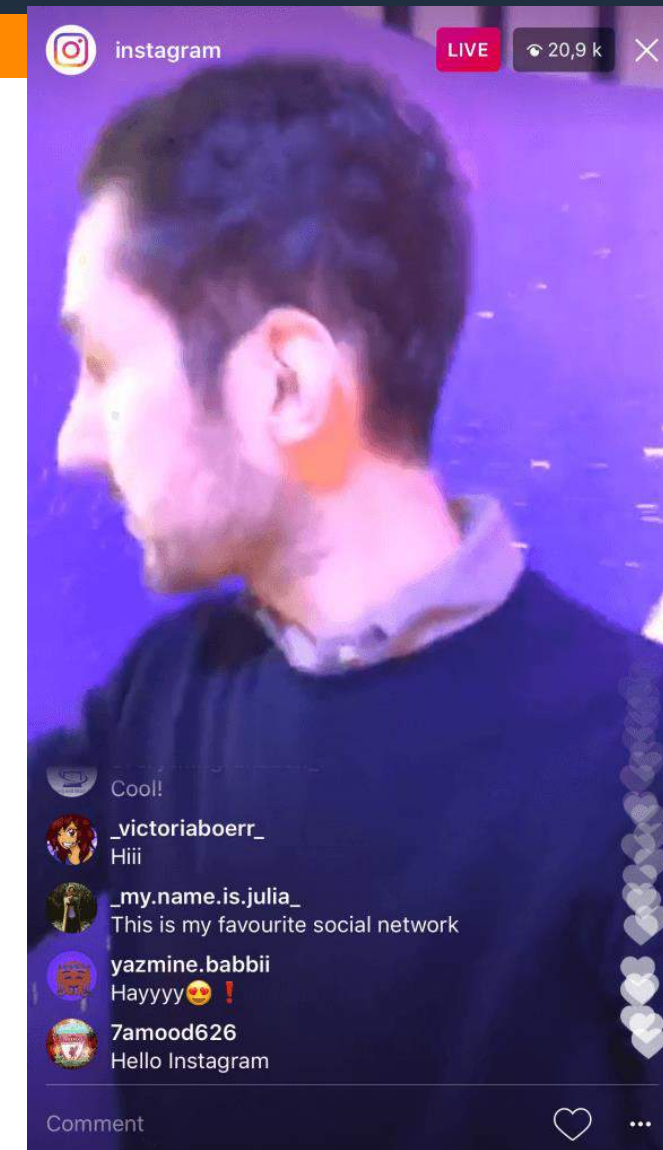
Instagram Live

- ✓ Instagram Live: Live Videos mit Kommentarfunktion
- ✓ Gestartet über Story Funktion
- ✓ Z.B. Q&As, Webinare, Diskussionen, Vorstellung neuer Produkte, Events



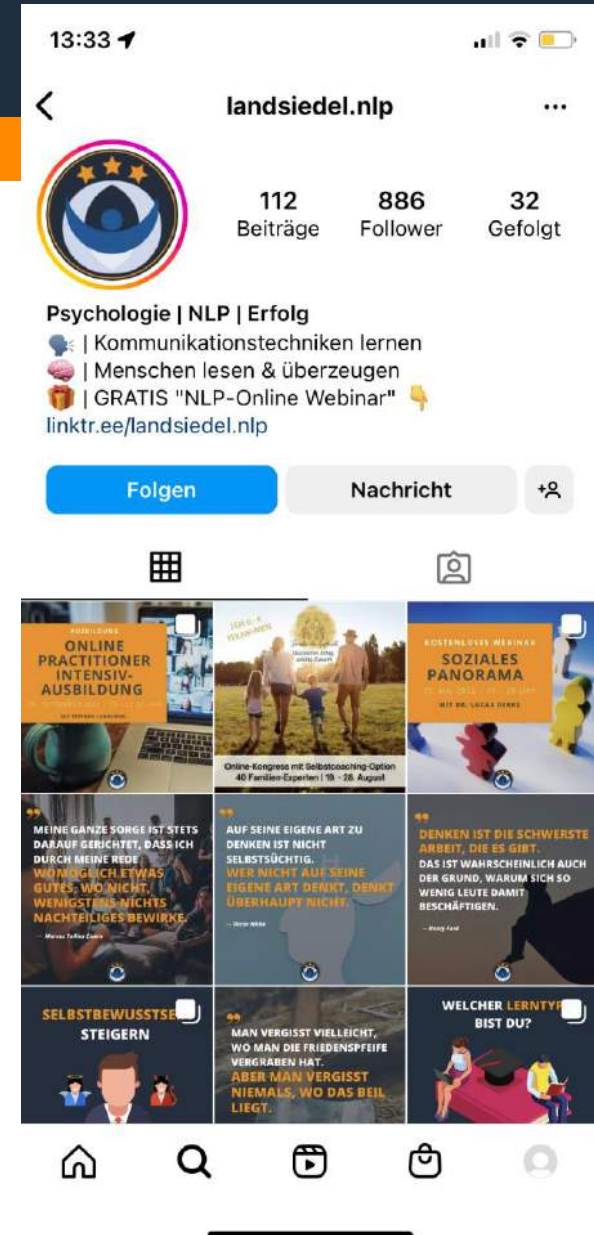
Instagram Live Tipps

- ✓ Countdown Sticker zur Vorankündigung benutzen
- ✓ Vorab grobes Konzept ausarbeiten, aber Spontanität wichtig
- ✓ Wichtige Kommentare fixieren
- ✓ Live Video abspeichern



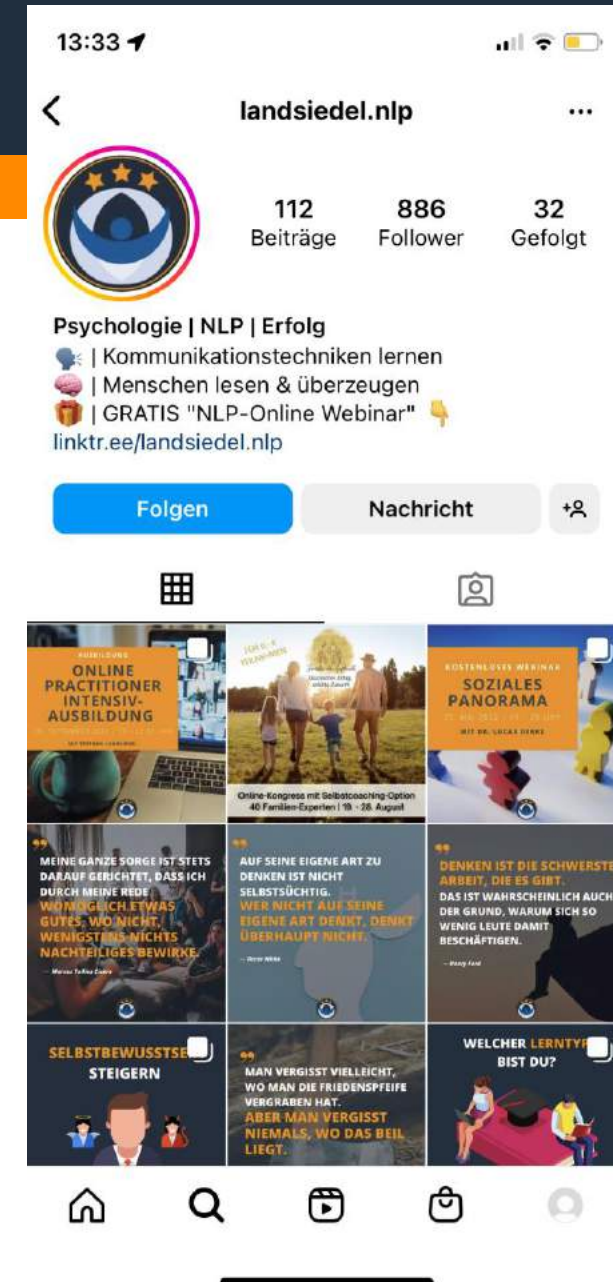
Instagram Posts

- ✓ Instagram Posts: Fotos, Carousel Posts (Slideshow) mit Fotos und/oder Videos
- ✓ Carousel Posts: zur Zeit am meisten Engagement
- ✓ Social Insider Report: Carousel 1,95%, Photos 1,74%, Videos 1,45% engagement rate per post



Instagram Carousel Posts Tipps

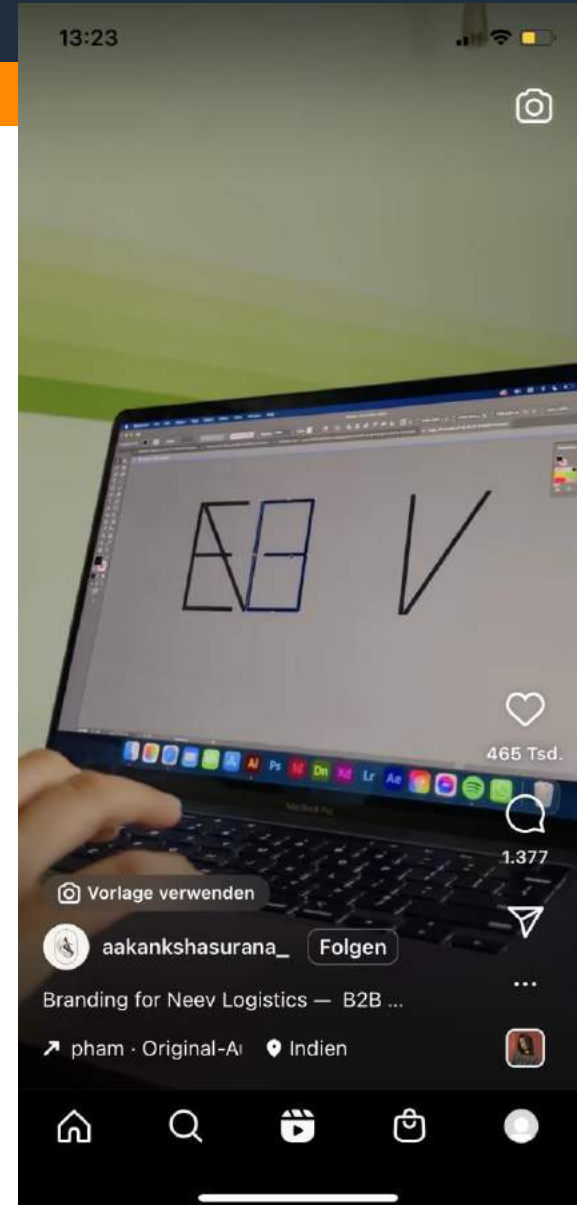
- ✓ Carousels, die Bilder und Videos abwechseln, bringen das höchste Engagement
- ✓ Mit Reinschreiben „swipe left“: bessere Performance
- ✓ Benutzen aller 10 Slides steigert die Engagement-Rate



Instagram Reels

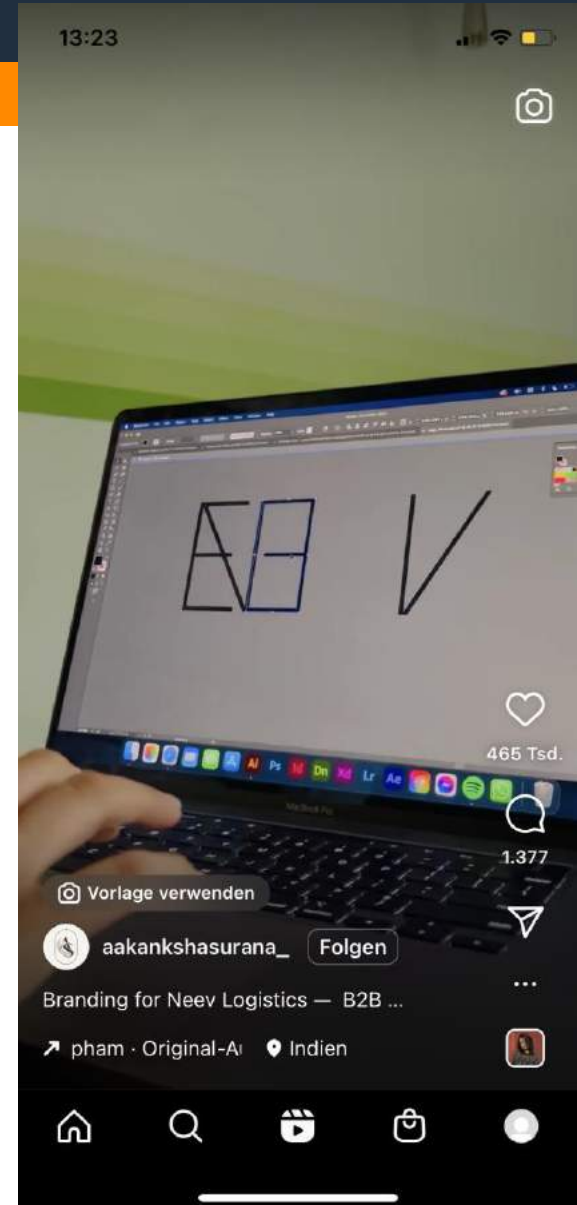
- ✓ Reels: Videos von bis zu 15 Minuten (typischerweise 15 bis 90 Sekunden)
- ✓ Kürzere Videos bringen das meiste Engagement und werden besonders gepusht

Reels sind sehr viel kürzer als Videobeiträge und werden in der **Reel** Page angezeigt, während Videos wie ein Post im Feed erscheinen. Instagram pusht **Reels** mehr als Posts, da es eine der neueren Funktionen ist. Deshalb lohnt es sich, sich diesem Trend anzuschließen und **Reels** als Tool für Wachstum zu nutzen.



Instagram Reels Tipps

- ✓ Aufmerksamkeit schon in den ersten Sekunden holen
- ✓ Authentizität z.B. eigener Stil, Kreativität, Entertainment, Humor gefragt
- ✓ Kein direktes auffälliges Branding
- ✓ Kurze & passende Beschreibung
- ✓ Lass Dich von anderen inspirieren
- ✓ Z.B. schnelle Schnitte für Dynamik, coole Effekte, gutes Storytelling, Behind-the-scenes, kreativen Prozess zeigen, Call-to-Action



Kanal

- ✓ Sammelstelle aller veröffentlichten Inhalte eines jeden Nutzers.
- ✓ Hier finden sich Postings, Videos, Story-Highlights.

IGTV

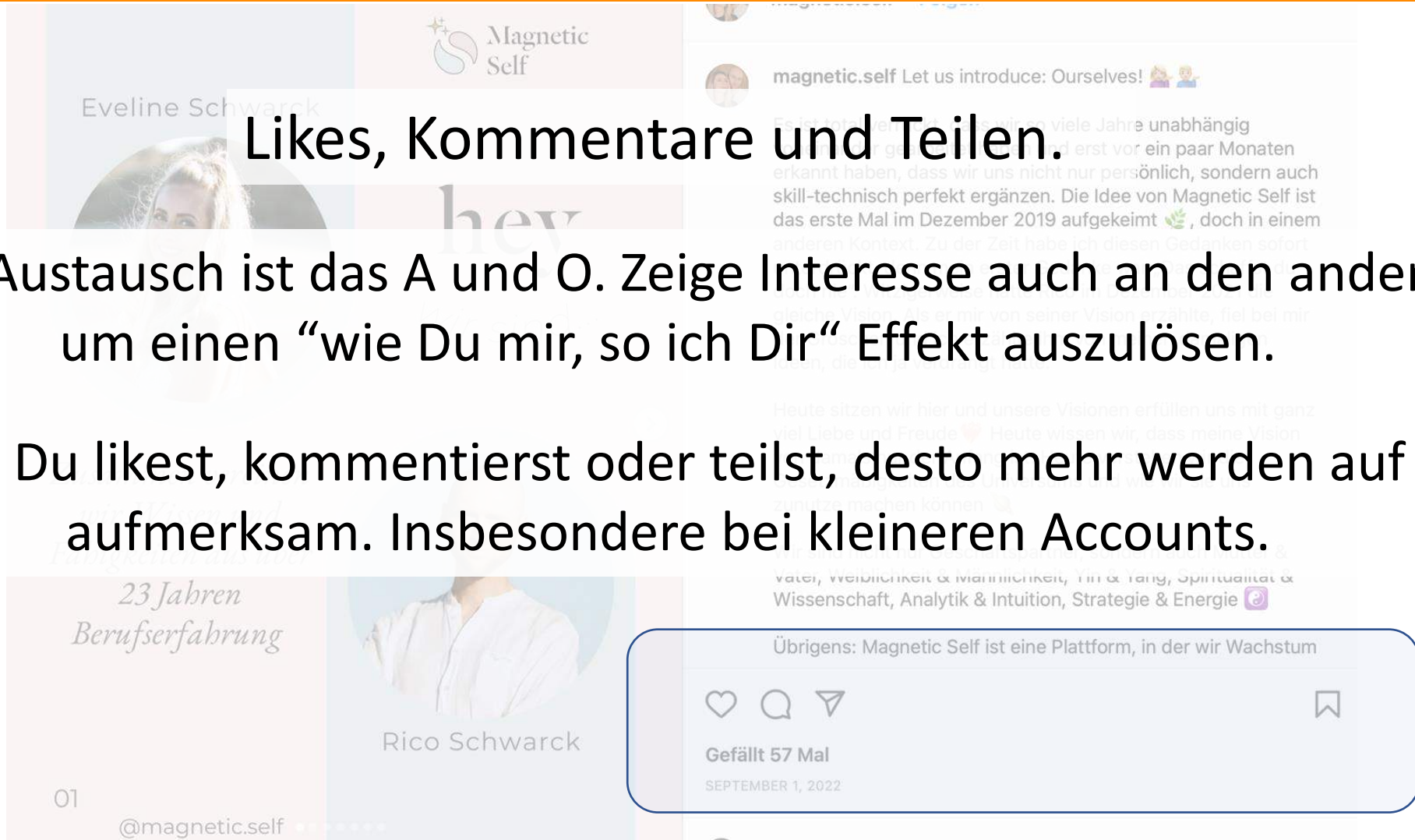
Das “Instagram-YouTube“ und Äquivalent zu Facebook Watch:
Hier werden längere Clips (mind. 60 Sekunden) hochgeladen.

Interaktionen

Likes, Kommentare und Teilen.

Reger Austausch ist das A und O. Zeige Interesse auch an den anderen, um einen “wie Du mir, so ich Dir” Effekt auszulösen.

Je mehr Du likest, kommentierst oder teilst, desto mehr werden auf Dich aufmerksam. Insbesondere bei kleineren Accounts.



Nachrichten schreiben



Finde spannende Menschen und stelle ihnen eine Frage, indem Du eine Nachricht schreibst.

Bei professionellen Accounts sind auch Video-Chats möglich.

Hashtags

Suche

#nlp

- # #nlp
1.839.317 Beiträge
- # #nlp practitioner
309.437 Beiträge
- # #nlp coaching
235.217 Beiträge
- # #nlp coach
233.105 Beiträge
- # #nlp training
90.203 Beiträge
- # #nlp trainer
67.760 Beiträge
- # #nlp master practitioner
67.396 Beiträge
- # #nlp master
54.747 Beiträge
- # #nlp コーチング
29.813 Beiträge

Sortieren die Postings auf Instagram

Umschreibt das zugehörige Thema

Instagram Shop

- ✓ Shop: „Schaufenster“ für Unternehmen
- ✓ Produkte direkt über Stories und Beiträge kaufbar
- ✓ Shop auch anklickbar auf Unternehmensseite



Instagram Algorithmus

✓ Unterschiedliche Prioritäten

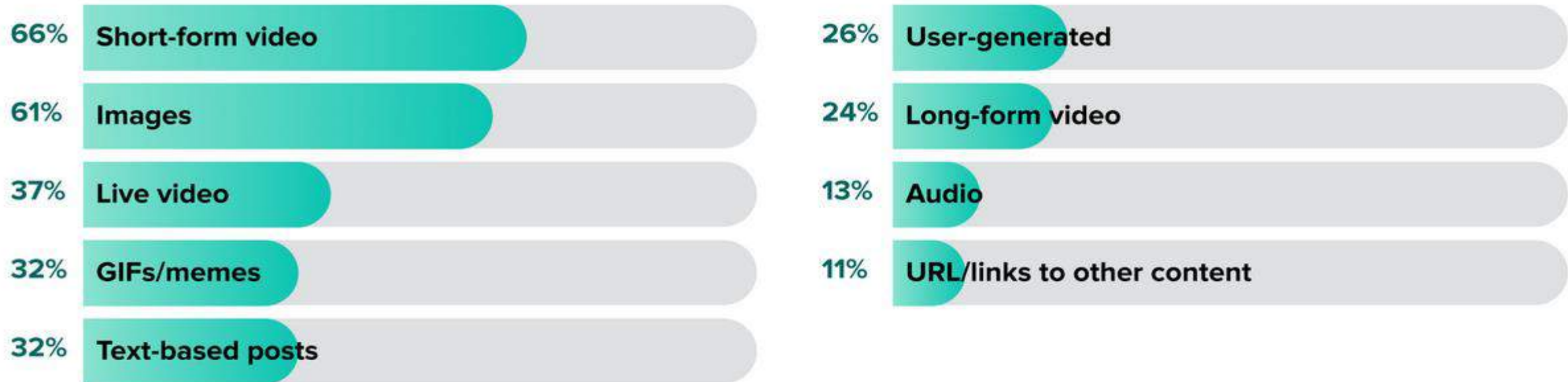


Quellen: <https://brands.joinstatus.com/instagram-reels-vs-in-feed-posts>; Instagram

Instagram Algorithmus

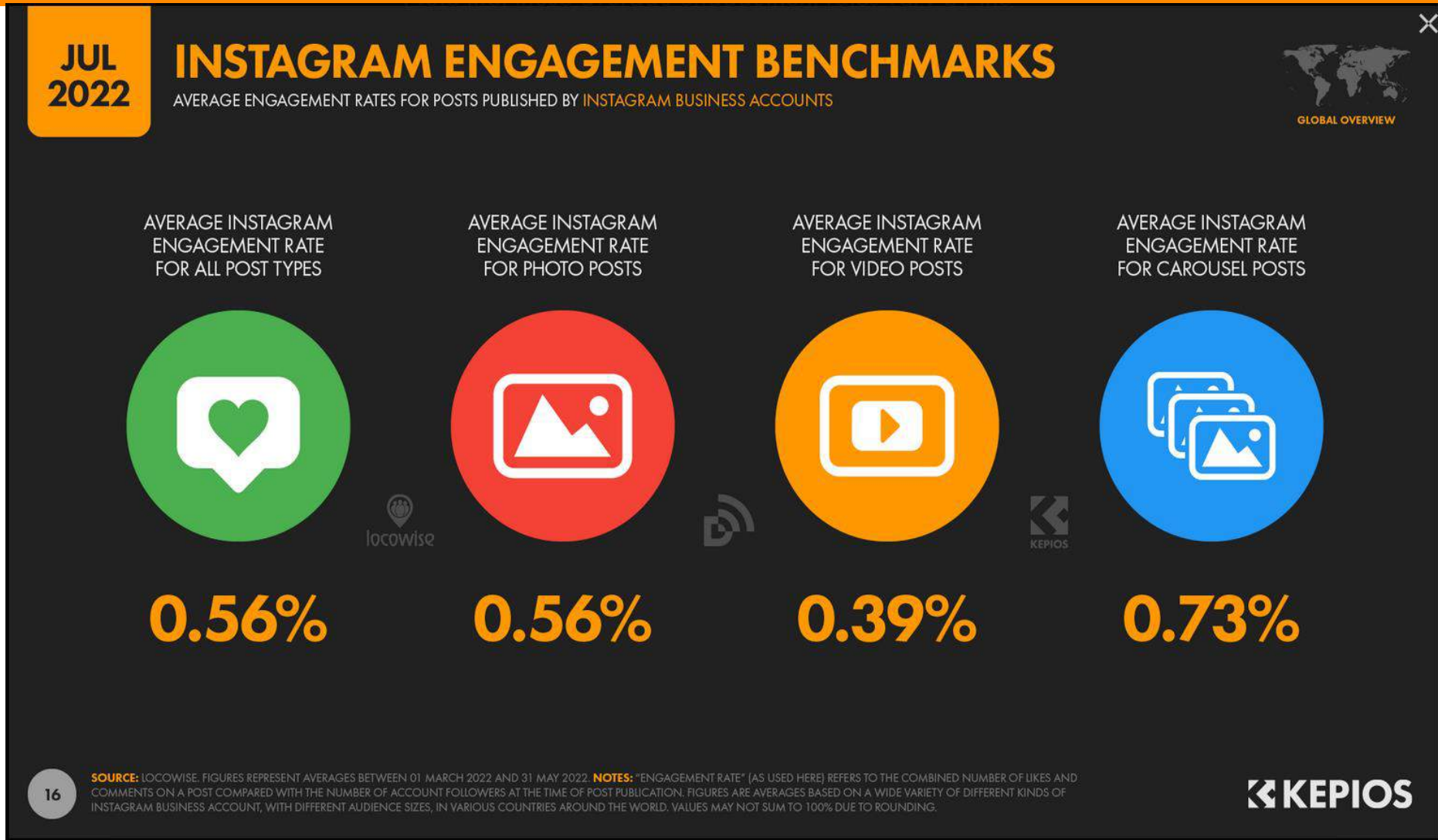
✓ Videoinhalte in Kurzform: 2,5-mal ansprechender als Langform

The most engaging types of in-feed social content

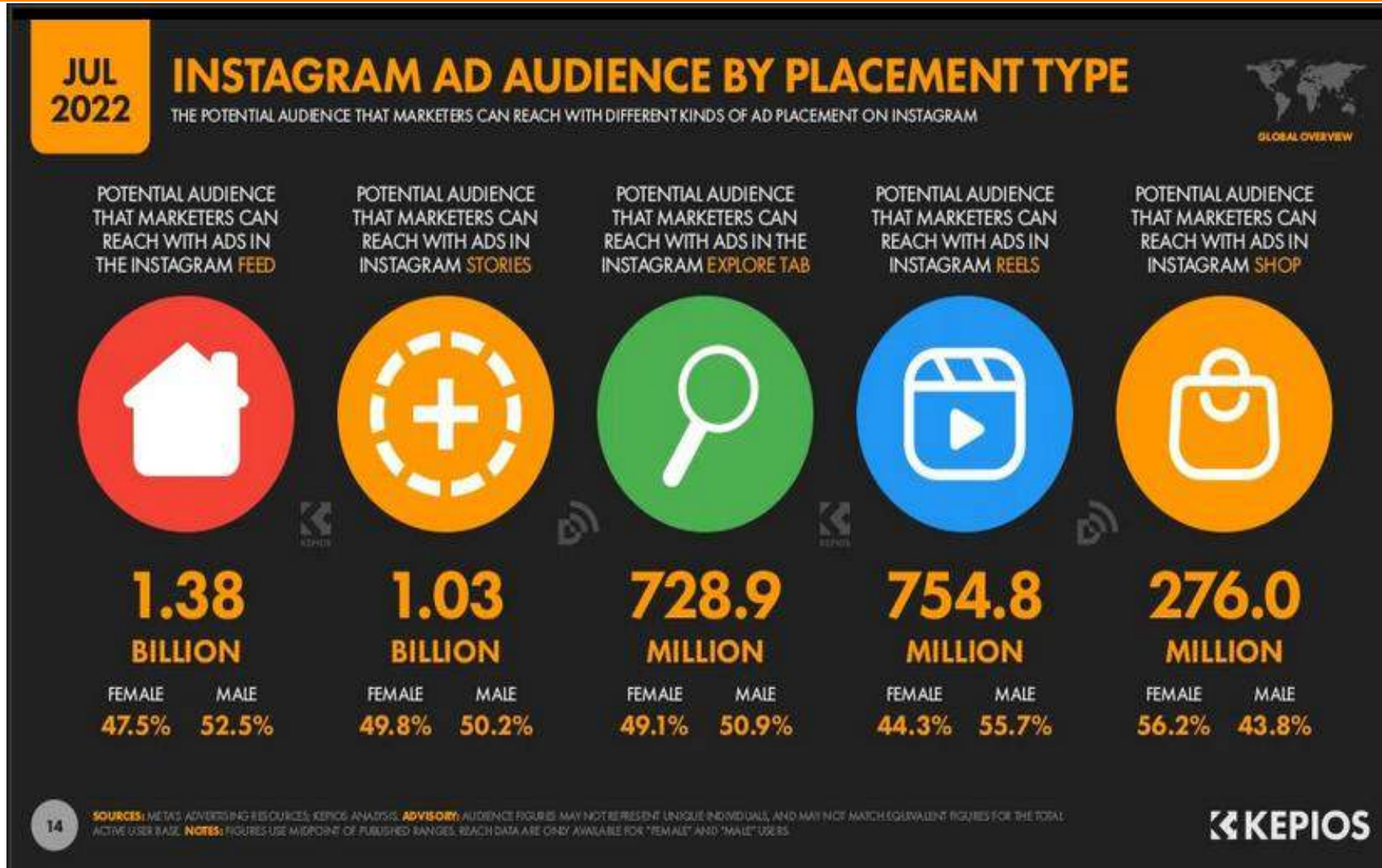


Quelle: Sprout Social Index (<https://sproutsocial.com/insights/index/>)

Instagram Algorithmus



Instagram Algorithmus



Weitere Tipps für mehr Reichweite (1)

- ✓ Lege Deine Zielgruppe fest
- ✓ Sei ein aktiver Teil Deiner Community:
kommentiere, like und interagiere mit anderen
- ✓ Nutzung relevanter & passender Hashtags
- ✓ Regelmäßiges Posten
- ✓ Qualitative Inhalte mit Mehrwert für Zielgruppe
- ✓ Optimierung Profil z.B. leicht zu findender
Name oder einheitliche Farben

Weitere Tipps für mehr Reichweite (2)

- ✓ Benutze Sticker in der Story z.B. für Umfragen
- ✓ Fragen in den Captions
- ✓ Benutze Audios, die gerade im Trend sind
- ✓ Gewinnspiele und Deals
- ✓ Kollaborationen
- ✓ Up-to-date bleiben: Trends & Challenges
- ✓ Nutzung neuer Content Formate bei Launch

Empfehlung: Häufigkeit Posts (inkl. Reels) & Stories

- ✓ Head of Instagram, Adam Mosseri: 2 Posts pro Woche und 2 Stories pro Tag
- ✓ Posts: mindestens 1 x Woche; besser: 3-7 x Woche
- ✓ Höchstes Engagement in Westeuropa: 18:00 – 20:00 Uhr
- ✓ Wichtig: Qualität und Konsistenz; Testen und Analysieren (Insights)
- ✓ Kreiere einen Plan und setze Dir Ziele

Quellen: https://blog.hootsuite.com/how-often-to-post-on-social-media/#How_often_to_post_on_Instagram; <https://later.com/blog/best-time-to-post-on-instagram/>; <https://blog.hubspot.com/marketing/instagram-best-time-post>

Professional Dashboard & Insights

Erstelle ein kostenloses Business-Profil

DU ERHÄLST EINBLICK IN VERSCHIEDENSTE

STATISTIKEN

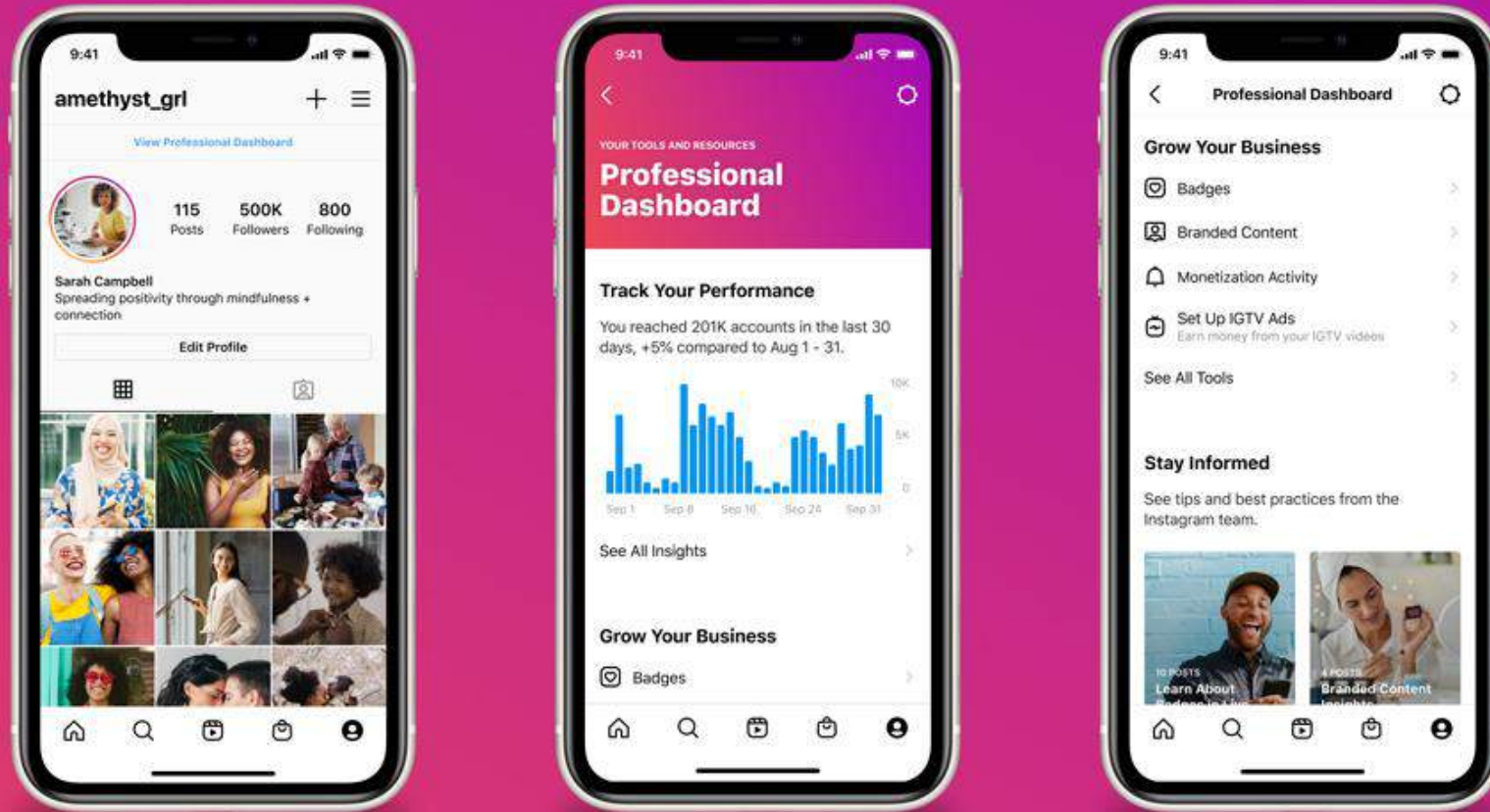
DU LERNST MEHR ÜBER DEINE

ABONNENTEN

DU GEWINNST NOCH MEHR DIREKTE

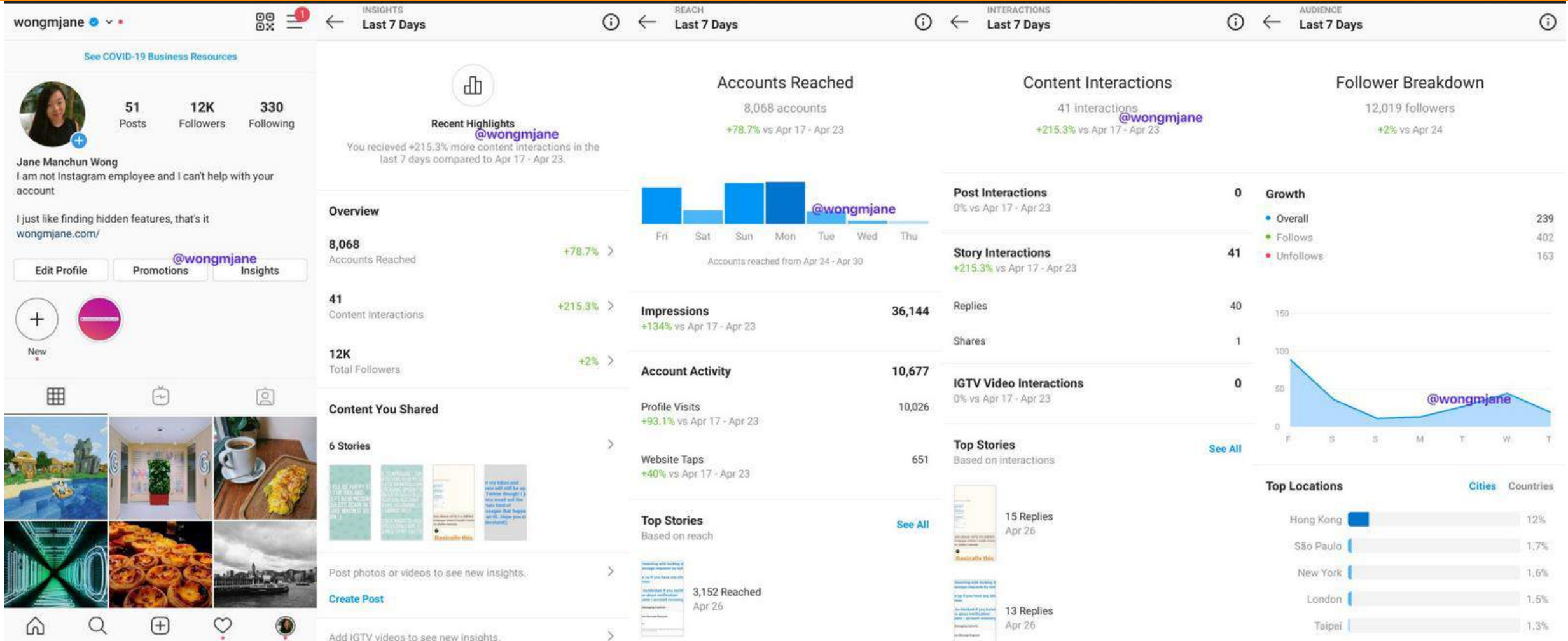
KONTAKTE

Professional Dashboard

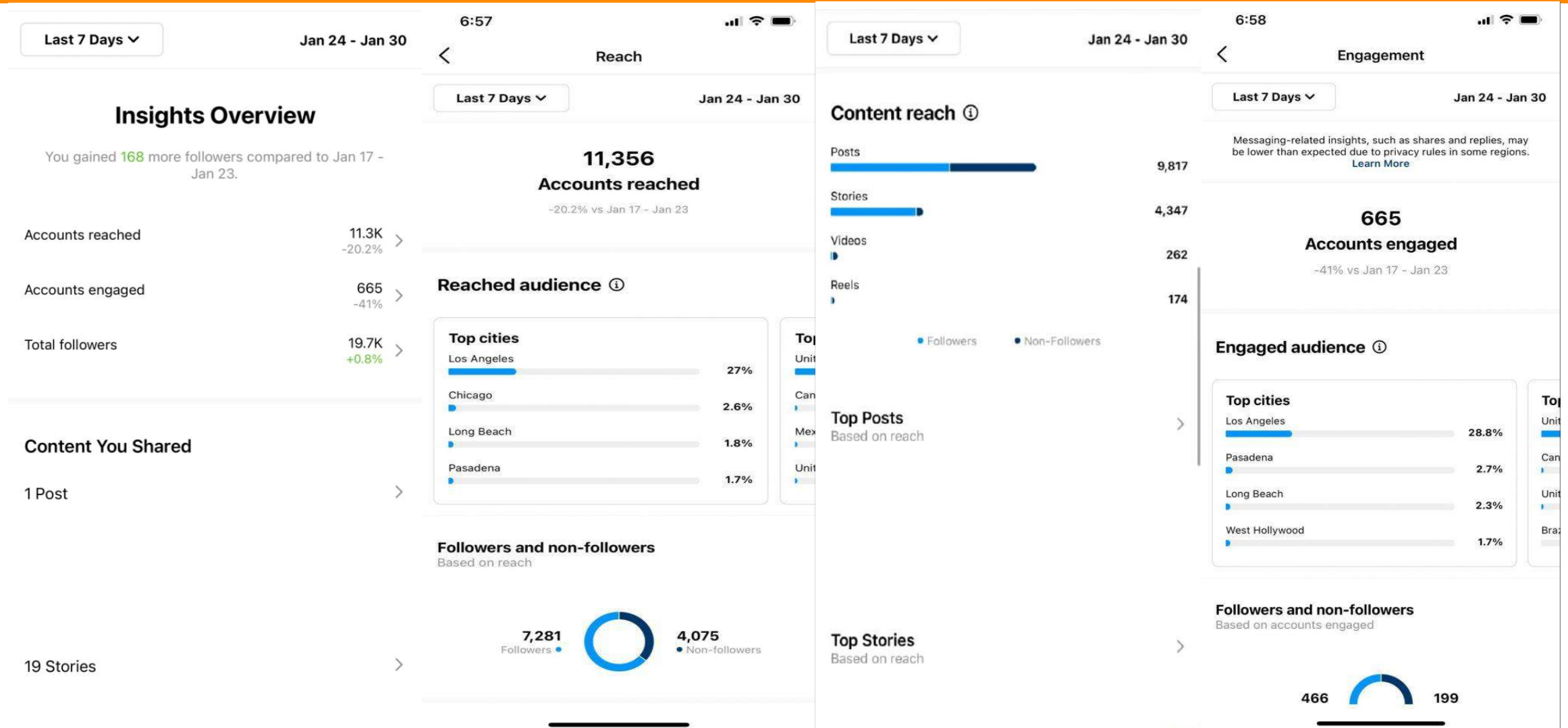


Quellen: <https://www.thomashutter.com/instagram-rollout-eines-dashboards-fuer-business-und-creator-accounts/> ; Instagram

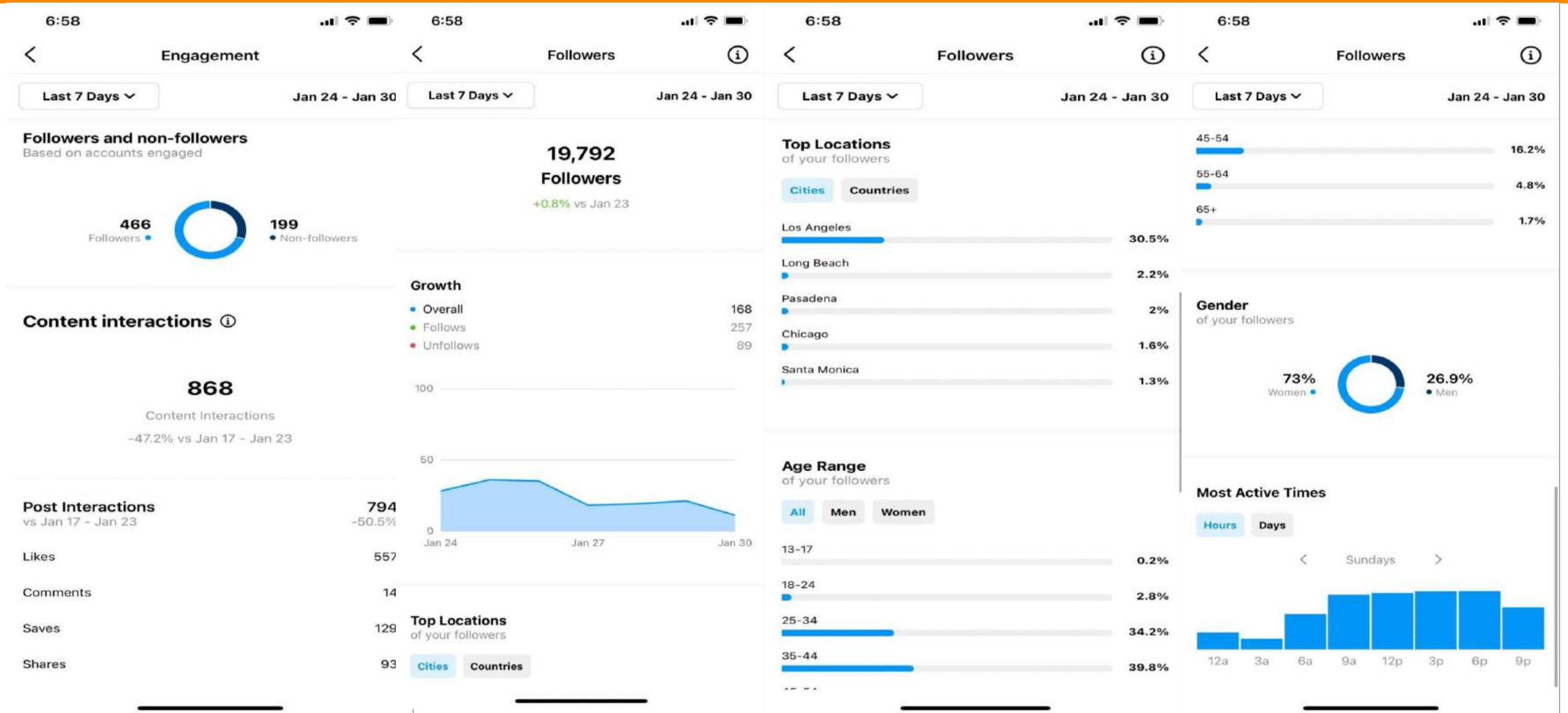
Instagram Insights



Instagram Insights



Instagram Insights



Positionierung und Zielgruppe

Erste Schritte

- ✓ Registrieren und Anlegen Profil
Profilbild und Bio mit Link
- ✓ Zu professionellem Konto wechseln:
Creator vs. Business
- ✓ Profilkategorie wählen
- ✓ Hinzufügen relevanter Kontaktinformationen

Einsatzbereiche – Positionierung

1.

Hobby

2.

Fame - Bekanntheitsgrad

3.

Business

4.

Thema in die Welt bringen

Worauf fokussierst Du Dich?

1.

Was begeistert Dich wirklich in Deinem Leben?

2.

Wofür und warum kannst Du andere begeistern?

3.

Für welche Antwort entscheidest Du Dich?

4.

Entscheide Dich. Formuliere Dein Thema in 2 Sätzen

Lerne von Deinen Vorbildern

- ✓ Versehe Dein Thema oder Überbegriff mit einem Hashtag
- ✓ Suche Profile von Menschen aus Deinem Bereich
- ✓ Was gefällt Dir?
- ✓ Was gefällt Dir nicht? Was machst Du anders?
- ✓ Sieh Dir die Hashtags an. Achte auf Details.
- ✓ In welchem Zeitabstand werden die Bilder hochgeladen?
- ✓ Welche Mission hat er oder sie?

Finde Deine Mission

Welcher Schlüsselsatz steckt hinter Deinem Kanal?
Wähle Deine Mission weise.

1. Was willst Du bei Deinen Besuchern bewirken?
2. Wie / in welcher Position möchtest Du auf Instagram auftreten?
3. Welchen Gedanken soll ein Besucher beim Besuch Deines Profils bekommen?
4. Bringe Deine Mission in ein bis zwei Sätzen zu Papier.

Wer soll auf Dich aufmerksam werden

Menschen, die so ähnlich ticken wie Du.

1. Was sind die Kerneigenschaften und Interessen derjenigen?
2. Wie alt sind diejenigen, die Du begeistern kannst?
3. Wie häufig bist Du persönlich auf Instagram unterwegs?
4. Welche Themen sind eng mit Deinem Thema verbunden?
5. Welche Kanäle sind von Deinem abgesehen noch interessant?

Säulen des Erfolgs

Vier Säulen des Erfolgs auf Instagram

1.

Ansprechendes Profil

2.

Einheitliches Bildschema

3.

Regelmäßiges Posting

4.

Interagieren was das Zeug hält

Grundregeln

#1

**Poste zu einem bestimmten Ereignis
maximal zwei Bilder oder Beiträge
und schenke der Bildunterschrift
genügen Aufmerksamkeit**

#2

**Poste im besten Fall nicht
hintereinander, sondern in einer
Galerie oder eines der Bilder einige
Zeit später als sogenanntes
„Timethrowback“.**

Nutzername und angezeigter Name

1. Du hast immer die Möglichkeit, beide zu ändern, sofern der Nutzername noch nicht belegt ist.
2. Nutze niemals zwei Unterstriche oder gar mehr hintereinander.
3. Nutze einen einzelnen Unterstrich oder Punkt.
4. Im Nutzernamen sollte deutlich werden, worum es sich handelt.

Beispiele

1. thomasmayer
2. thomas.mayer
3. thomas_mayer
4. thomas_nlp

Profil

Angezeigter Name

- ✓ Dein voller Name oder Dein offizieller Seitentitel, der Dein Thema beinhaltet
- ✓ Keine Smileys oder ähnliches

Bild

- ✓ Logo oder Portrait

Profilbeschreibung



heikepaschke **Folgen** Nachricht senden +⋮

462 Beiträge 2.948 Follower 188 abonniert

Amazon & Buch Marketing Mentorin
Unternehmer/in

🏆 Tiger Award Winner: Business Bestseller
📖 mit deinem Experten Buch auf Amazon
🎯 gezielt Neukunden gewinnen
📌 11./12.02.23 Buch Starter Workshop 📌
heikepaschke.com/buch-starter-workshop

- ✓ Wer bist Du?
- ✓ Was machst Du?
- ✓ Warum sollte ich Dir folgen?

Algorithmus

Faktoren des Algorithmus

1.

Welche Inhalte gefallen Dir?

2.

Wem schickst Du Direktnachrichten?

3.

Nach welchen Accounts suchst Du?

4.

Welche Personen kennst Du im wirklichen Leben?

Selbstlernendes System



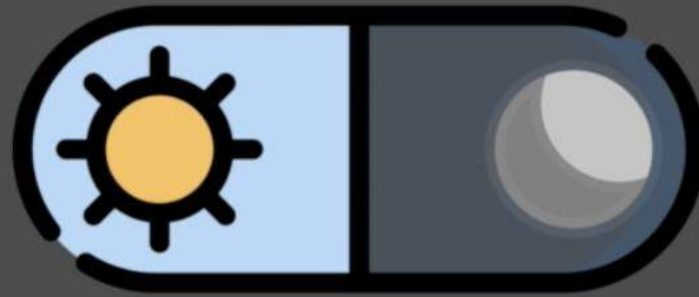
Je mehr **Interaktion** ein Beitrag erhält, desto **beliebter** ist er. Passt er in Dein Anforderungsprofil, das Du Tag für Tag selbst produzierst, wird Dir dieser Beitrag **zuerst angezeigt**.

Woran ist Instagram gelegen?



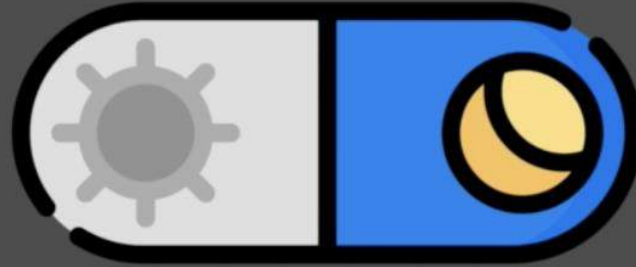
Instagram möchte Dich als Nutzer:in glücklich machen und Dich zum aktiven Posten anregen.

Wann am besten posten?



Am Morgen
zwischen 06:15 - 08:00 Uhr

Zweites Zeitfenster



Am Abend

zwischen 16:00 - 19:00 Uhr

Story Postings



Story-Postings
zwischen 17:00 - 19:00 Uhr

Gute Hashtags

1. Finde die richtigen Hashtags, indem Du nach Deinen bereits bekannten Hashtags suchst und daraus neue ableitest.
2. Finde zeitspezifische Hashtags, indem Du Hashtags wie #gutenmorgen, #feierabend, #gutenabend & weitere verwendest.
3. Finde allgemeingültige Hashtags, indem Du Hashtags wie #photooftheday oder #picoftheday verwendest.
4. Lege Deine Hashtags in Listen ab, damit Du sie schnell wieder abrufen kannst.

Gute Interaktionen

- ✓ Interagiere mit Beiträgen, die Dir wirklich gefallen.
- ✓ Schreibe in Kommentaren mehr als fünf Wörter.
- ✓ Mindestens einmal täglich posten und Hashtags hinzufügen.
- ✓ Nutze die Story-Funktion.
- ✓ Like möglichst Beiträge von kleinen Accounts, die zu Deinem Thema passen und maximal einen Tag alt sind.
- ✓ Poche nicht auf Gegenleistungen!
- ✓ Like gleich mehrere Beiträge der anderen Person.

Wann solltest Du interagieren?



Morgens & Tagsüber

04.00 – 05.00 Uhr
14.00 – 15.00 Uhr



Abends

ab 21.30 Uhr

Likes und Kommentare

1.

Setze Likes und Kommentare bedacht ein

2.

Schütze Dich vor einer Like-Sperre (max. 500 Interaktionen pro Tag)

3.

Nachrichten nicht beantworten: Beleidigungen

4.

Hinterlasse persönliches Feedback auch auf Storys

Interaktionszeiträume pro Woche

	Montag	Dienstag	Mittwoch	Donnerstag	Freitag	Samstag	Sonntag
04.00 - 05.00 Uhr	Hashtag #1, #2, #3					Hashtag #7, #8, #9	
14.00 - 15.00 Uhr		Hashtag #7, #8, #9	Hashtag #4, #5, #6	Hashtag #1, #2, #3	Hashtag #4, #5, #6	Hashtag #1, #2, #3	Hashtag #7, #8, #9
21.30 - 0.00 Uhr	Hashtag #4, #5, #6	Hashtag #1, #2, #3	Hashtag #7, #8, #9	Hashtag #4, #5, #6	Hashtag #7, #8, #9	Hashtag #4, #5, #6	Hashtag #1, #2, #3

5 Erfolgsfaktoren für Storys

1. Kontinuität

2. Authentizität

3. Abwechslung

4. Witz und Persönlichkeit

5. Nutzung aller Story-Funktionen

Accounts & Postideen

Top 5 Accounts mit den meisten Followern

1. Instagram:	545 Millionen
2. Cristiano Ronaldo:	477 Millionen
3. Kylie Jenner:	367 Millionen
4. Lionel Messi:	358 Millionen
5. Selena Gomez:	344 Millionen

Beispiel Jay Shetty

- ✓ 11,6 Millionen Follower (Stand: 31.8.2022)
- ✓ Autor, Coach, ehemaliger Mönch



The screenshot shows the Instagram profile of Jay Shetty (@jayshetty). The profile is verified with a blue checkmark. The bio identifies him as an author, purpose coach, and former monk, and mentions his status as a #1 New York Times bestselling author and a podcast host. It also lists his roles at Calm and Drinkjoyo. The profile statistics show 7,181 posts, 11.6 million followers, and 3,700 people he follows. The navigation bar at the bottom includes icons for home, search, post creation, activity, and profile.

< jayshetty ✓ ...



7.181 Beiträge 11,6 Mio. Follower 3.700 Gefolgt

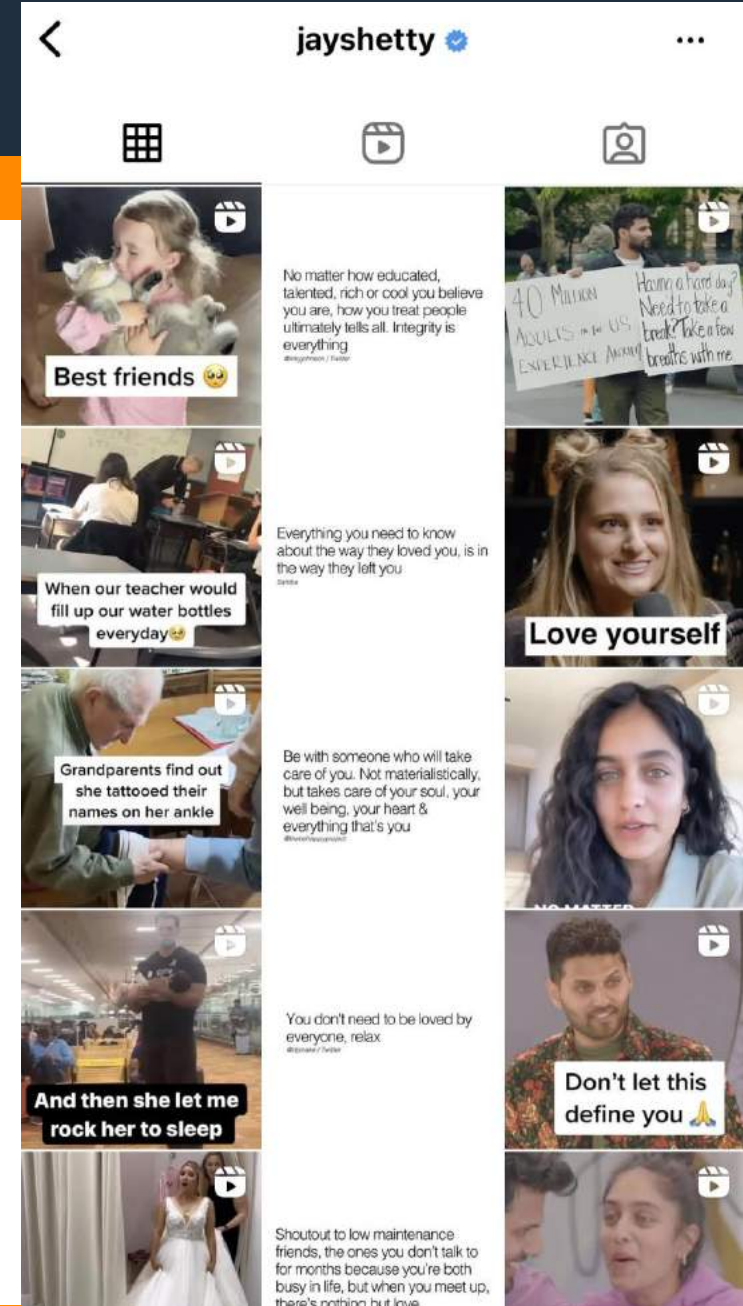
Jay Shetty
Author, Purpose Coach, Former Monk
#1 New York Times Bestselling Author
🎧 Podcast ON Purpose
Chief Purpose Officer @Calm | @drinkjoyo... mehr
calm.jayshetty.me/
Übersetzung anzeigen

Folgen Nachricht Anrufen +

2022 Review Newsletter 2020 Review Text Me 2019 R

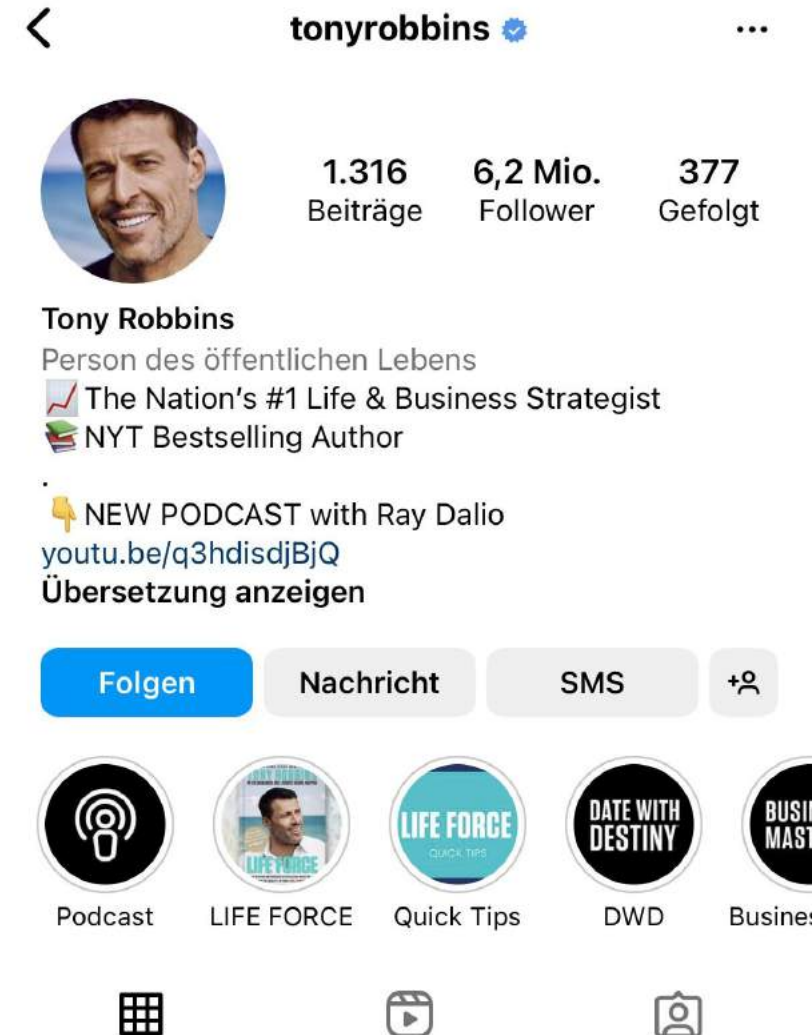
Beispiel Jay Shetty

- ✓ Bestimmtes Postmuster
- ✓ Kurze Reels: z.B. emotionale Momente, Interviews, Auszug Live Events, Witziges mit trendigen Audios
- ✓ Zitate



Beispiel Tony Robbins

- ✓ 6,2 Millionen Follower (Stand: 31.8.2022)
- ✓ Life und Business Strategist



The screenshot shows the Instagram profile of Tony Robbins. At the top, there is a back arrow, the username 'tonyrobbins' with a verified badge, and a three-dot menu. Below this is a circular profile picture of Tony Robbins. To the right of the picture are statistics: '1.316 Beiträge', '6,2 Mio. Follower', and '377 Gefolgt'. The bio section includes the name 'Tony Robbins', the title 'Person des öffentlichen Lebens', and two lines of text with icons: 'The Nation's #1 Life & Business Strategist' and 'NYT Bestselling Author'. Below the bio is a yellow pushpin icon followed by the text 'NEW PODCAST with Ray Dalio' and a link 'youtu.be/q3hdisdjBjQ'. Below the link is the text 'Übersetzung anzeigen'. There are four buttons in a row: 'Folgen' (blue), 'Nachricht' (grey), 'SMS' (grey), and '+8' (grey). At the bottom, there are five circular icons: a podcast icon, a book icon labeled 'LIFE FORCE', a circular icon labeled 'LIFE FORCE QUICK TIPS', a circular icon labeled 'DATE WITH DESTINY', and a circular icon labeled 'BUSINESS MASTERS'. At the very bottom of the screen are three navigation icons: a grid, a video camera, and a profile picture.

< tonyrobbins ✓

1.316 Beiträge 6,2 Mio. Follower 377 Gefolgt

Tony Robbins
Person des öffentlichen Lebens
📈 The Nation's #1 Life & Business Strategist
📖 NYT Bestselling Author

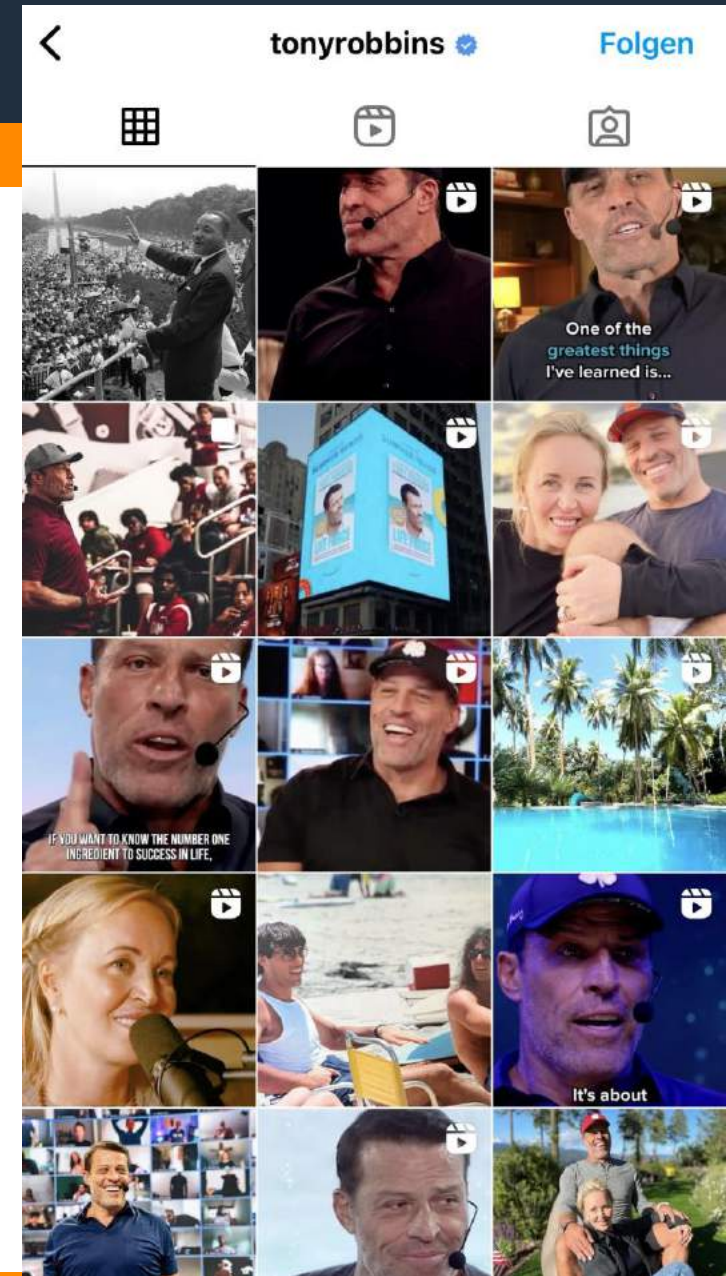
📌 NEW PODCAST with Ray Dalio
youtu.be/q3hdisdjBjQ
Übersetzung anzeigen

Folgen Nachricht SMS +8

Podcast LIFE FORCE LIFE FORCE QUICK TIPS DATE WITH DESTINY BUSINESS MASTERS

Beispiel Tony Robbins

- ✓ Kurze Reels: meist direkt in die Kamera mit bestimmter Message
- ✓ Persönliche Posts: z.B. Flashbacks, Events, zu Feiertagen, über Freunde/Unternehmer
- ✓ Politische/gesellschaftliche Themen
- ✓ Zitate
- ✓ Buchwerbung
- ✓ Carousels



Quelle: Instagram

Übungen

#4 Übung: Nutzen von Instagram Marketing



Geht in eine Dreier-Gruppe und sammelt den möglichen Nutzen von Instagram Marketing für Euer Business.

Tauscht Euch dazu aus.

20 Minuten Zeit

#1 Wie gestalte ich mein Instagram Profil?

Welche Art von Content würdest Du posten?

Wer ist Deine Zielgruppe?

Wie willst Du Deine Marke präsentieren?

Wie würdest Du Dein Profil gestalten?

#2 Übung: Erster Post



Geht in eine Dreier-Gruppe und sammelt Ideen für Euren ersten Post auf Instagram. Wie würdet Ihr Euch gerne vorstellen?

Tauscht Euch dazu aus.

20 Minuten Zeit

#3 Wie gestalte ich mein erstes Reel?

Welche Message ist Dir wichtig? Welches Thema würdest Du wählen?

Wie würde es aussehen?

Welche Ideen hast Du für die Videobeschreibung?

Welche Hashtags würdest Du wählen?
Wie lang soll das Reel sein?

#5 Übung: Zielgruppenerreichbarkeit



Geht in eine Dreier-Gruppe und denkt Euch Maßnahmen aus wie Ihr am besten Eure Zielgruppe erreichen könntet.

Tauscht Euch dazu aus.

20 Minuten Zeit

Fragen