



Instagram Profil Optimierer



INHALT

Bedeutung	2
Der grösste Fehler.....	3
Profil Pimpen	4
Dein Instagram Name	6
Der Name.....	7
Branchenbezeichnung	8
Deine Bio	9
Hashtags in der Bio.....	11
Hinweis.....	12
Der Website-Link	12
Die Highlights.....	13
Dein Feed.....	15
Bonus: Feedgestaltung	17
Normaler Feed.....	18
Kacheln.....	19
Horizontale Reihen	20
Vertikale Reihen	21
Ränder	22
Regenbogen	23
Puzzle Feed.....	24
Danke.....	25

BEDEUTUNG

Ein Instagram-Profil ist wie ein **Aushängeschild**. Dein Profil vermittelt den ersten Eindruck an jenen, der es betrachtet. Und wie du weißt, ist der erste Eindruck alles, was zählt. Eine Sekunde, ein kleines Detail kann darüber entscheiden, ob dir jemand folgt oder nicht. Und deswegen solltest du lieber jedem Detail Beachtung zollen.

Instagram ist eine visuelle Plattform. Während Facebook vor allem auf Infos & News setzt und verschiedene Medien vermischt, geht man auf Instagram, um Bilder zu sehen – *und zwar sehr, sehr schöne Bilder*. Diese Bilder bilden zusammen auf deinem Profil deinen Feed. Da dieser auch ansprechend sein sollte, habe ich am Ende sogar noch einen Bonus für dich!

DER GRÖSSTE FEHLER

Es gibt einen Fehler, den ich immer wieder sehe. Dieser zeigt, dass viele den ersten Grundsatz des Marketings nicht verstanden haben. Viele denken, dass es darum geht, sich oder sein Unternehmen zu präsentieren.

Das ist falsch!

Es geht darum, *sich* zu verkaufen.

Du kannst dich immer auf zwei Arten präsentieren:

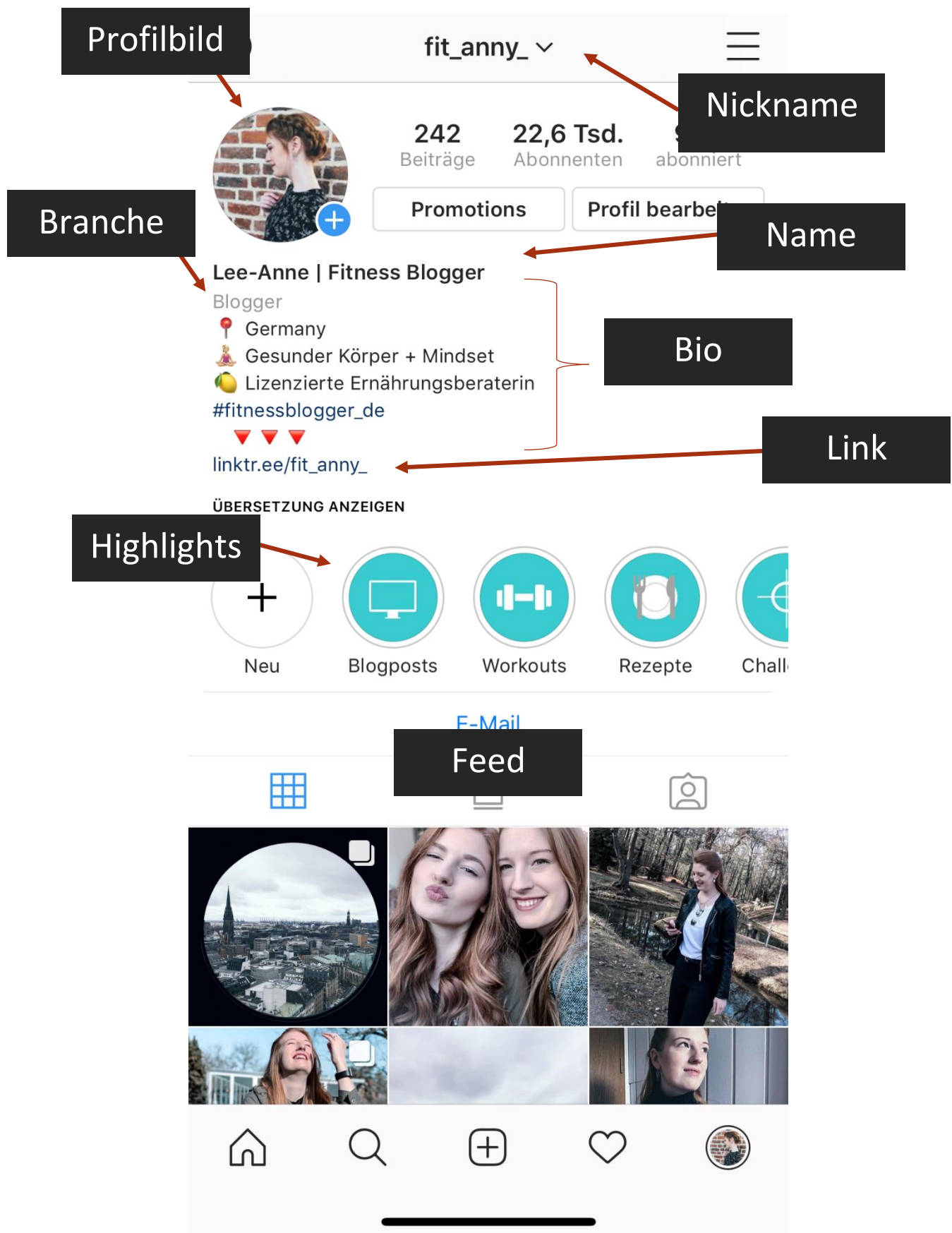
- 1. Du sagst, was du tust – aber es interessiert niemanden oder**
- 2. Du sagst, was du *für* deinen potentiellen Follower tun kannst – und dir wird gefolgt werden.**

PROFIL PIMPEN

Ok, lasst uns auch schon loslegen. Ich zeige dir jetzt Schritt für Schritt, welche Dinge du unbedingt auf deinem Instagram-Profil umsetzen solltest. Jeder einzelne Tipp wird mehr Profilbesucher in Follower umwandeln.

Aber: Profilbesucher kann ich dir nicht schenken. Diese bekommst du, indem du Bilder mit den richtigen Hashtags postest und für (sehr) viel Interaktion auf Instagram sorgst. Wie du das schaffst, dazu später mehr.

Um dir alles zu zeigen, analysieren wir ein anderes Instagram-Profil. Daran kannst du die Schritte nachvollziehen und auf deine Instagram-Seite anwenden.



DEIN INSTAGRAM NAME

Dein Nickname ist das erste Aushängeschild. Sobald du irgendwo einen Like oder einen Kommentar dalässt, sieht die jeweilige Person zuerst deinen Namen. Natürlich möchtest du dann, dass Leute auch auf deinen Namen klicken und so zu deinem Profil gelangen.

Wähle daher einen Namen, der interessant klingt und leicht zu lesen ist.

Beispiel: Deine Firma bietet Hundetrainings in München an und heißt HappyDogs. Dann kannst du dich zum Beispiel happy.dogs oder happy_dogs_muenchen nennen.

Wichtig: Nutze die Trennzeichen . (Punkt) oder _ (Unterstrich) um mehrere Wörter voneinander zu trennen. Die wenigsten möchten happydogsmuenchen entziffern!

DER NAME

Der Name ist das, was du dickgedruckt unter dem Profilbild siehst.

Wenn du eine eigene Webseite hast, hast du sicher schon einmal von SEO gehört. Mit SEO sorgst du dafür, dass deine Seite möglichst hoch bei Google angezeigt wird und du somit auch gefunden wirst.

Auch bei Instagram kannst du hier und da drehen, damit du besser gefunden wirst.

Daher solltest du auch im Namen deine Dienstleistung/ Dein Produkt erwähnen.

*Ein Hundetrainer könnte also sein Unternehmen nennen und dann seine Dienstleistung:
Happy Dogs | Hundetraining*

BRANCHENBEZEICHNUNG

Die Branchenbezeichnung ist nur dann möglich, wenn du ein privates Profil in ein Business-Profil oder ein Creator-Account umwandelst. Für ersteres musst du in deinen Einstellungen deine Facebook-Firmen-Seite mit Instagram verknüpfen.

Warum du das tun solltest:

1. Du kannst eine Branchenbezeichnung hinzufügen und
2. Du hast Zugang zu zahlreichen Statistiken, die du unbedingt nutzen solltest, um weiter voranzukommen.

DEINE BIO

Die Bio ist der Text unter deinem Namen, der es dir erlaubt ein paar Worte über dein Unternehmen zu sagen. Das ist meist der Knackpunkt. Hier musst du dich verkaufen.

Ein Hundetrainer könnte z.B. sagen:

- *Hundetraining in München*
- *Günstig und zuverlässig*

Das wäre eine Möglichkeit. Aber keine sehr gute. Schließlich willst du dein Unternehmen verkaufen und das machst du am besten mit einer der beiden folgenden Formeln:

Ich helfe [Zielgruppe] bei [Problem] damit sie endlich [Ergebnis] erreicht.

Oder auch:

Du (oder [Zielgruppe]) erfährst hier, wie du [Problem] löst damit du [Ergebnis] erhältst.

Hier die Beispiele für unser Hundetraining:

Beispiel 1:

Ich helfe gestressten Hundeeltern bei der Hundeeziehung, sodass ihr Leben mit ihrem Hund einfacher und entspannter wird.

Beispiel 2:

Du erfährst hier, wie du deinen Hund optimal erziehst, damit er zahm wird.

Diese Beispiele sprechen den Kunden an – denn er weiß, was er bekommt. Nämlich das, was er braucht! Feile deswegen ruhig eine Weile an deiner Bio! Du kannst auch einzelne Emoticons verwenden, die das Gesagte unterstützen. Übertreibe es hiermit aber nicht.

Hashtags in der Bio

In der Bio sind auch Hashtags zulässig. Hier rate ich dir zu 1-2 Hashtags in deiner Nische. Ich rate dir davon ab, riesige und englische Hashtags zu verwenden.

Hundetrainer sollten also nicht #dogs schreiben.

Verwende keine großen Hashtags, denn...

1. Dieser Hashtag hat Millionen von Beiträgen und dein Profil damit wenig Chancen, angezeigt zu werden.
2. Der Hashtag ist auf Englisch, das heißt viele, die dein Profil sehen, können gar kein Deutsch. Damit ist dein Profil für diese Leute uninteressant.

Such nach einem Hashtag der deine Zielgruppe anspricht und nicht zu viele Beiträge hat (zwischen 100.000 und 3 Millionen). Achte wirklich auch darauf, dass es diesen Hashtag nicht im Englischen gibt.

Hinweis

Als letztes Element sollte deine Bio ein Emoticon enthalten, was auf deinen Link zeigt. So wird das Auge des Betrachters geführt und so mehr verleitet, auf den Link zu klicken.

DER WEBSITE-LINK

Du hast die Möglichkeit **nur einen** Link zu platzieren. Wenn du eine spezielle Sales-Page oder Landing-Page hast, dann packe diese hier rein. Sollte der Link zu lang sein, verwende ein Tool wie bit.ly, um den Link zu verkürzen.

Wenn du mehrere Links in deine Bio packen möchtest, dann geht das über einen Umweg.

Dazu kannst du dich einfach kostenlos bei [Linktree](#) registrieren. Auf Instagram gibst du nur den Link zu deiner Linktree-Seite an. Wer dann auf diesen Link klickt, bekommt eine Übersicht über alles, was du verlinkt hast.

Diese Technik bietet sich vor allem für Blogger an oder Unternehmen, die mehrere Produkte verlinken wollen.

Wenn du langfristig erfolgreich sein möchtest, rate ich dir aber dazu so etwas wie Linktree selbst auf deiner eigenen Website zu erstellen. So gehört der Traffic und die Daten dir, was sehr wichtig ist für Remarketing und die weitere Analyse.

DIE HIGHLIGHTS

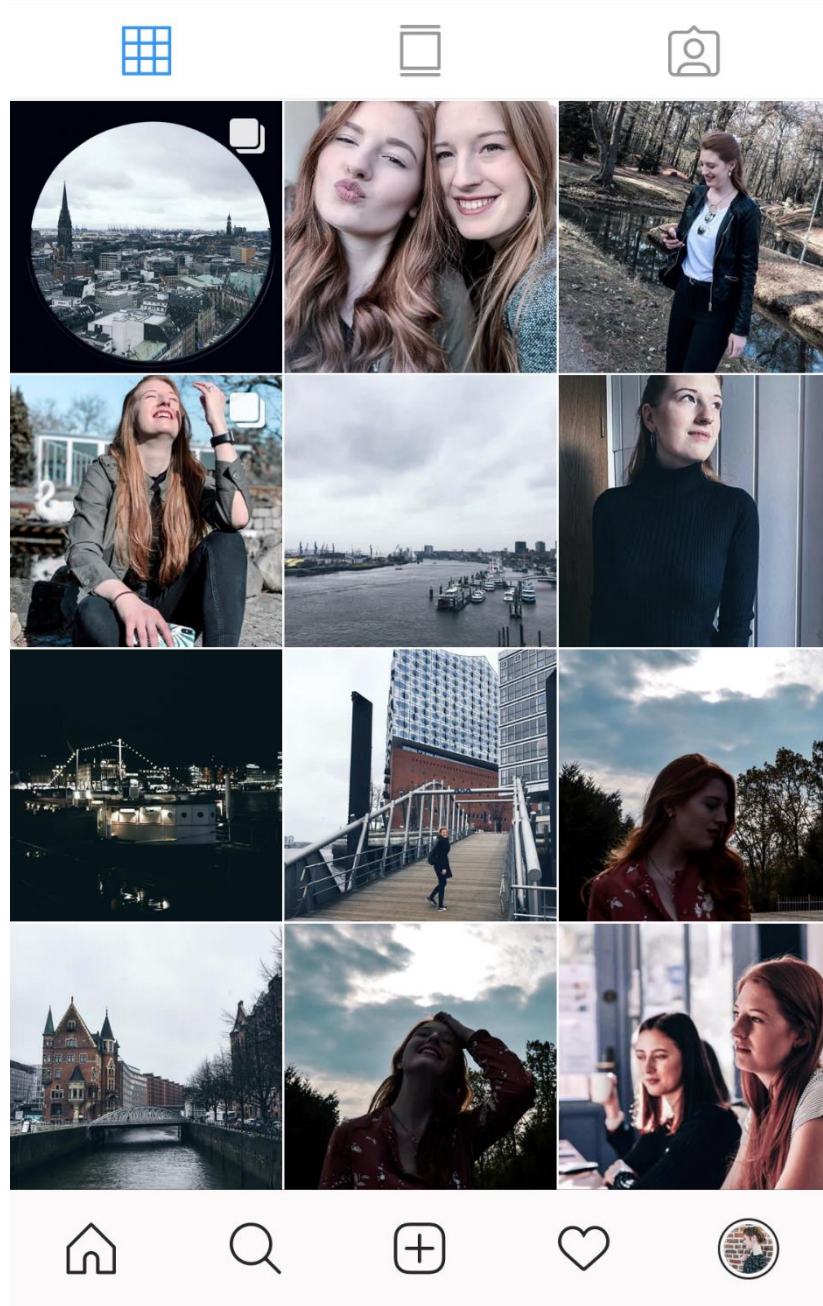
Instagram-Stories sind eine fantastische Möglichkeit, um nahbar für deine Zielgruppe zu wirken – authentisch sozusagen. Manchmal bietet es sich an, ein paar Stories zu einem Highlight zusammenzufassen. Dieses erscheint dann in deinem Profil, anstatt nach 24 Stunden wieder gelöscht zu werden.

Die Kategorien im Beispiel sind „Blog“, „Workouts“, „Rezepte“ und „Challenge“. Instagram nutzt automatisch die erste Story als Titelbild. Allerdings

sieht das unschön aus und macht keinen guten ersten Eindruck.

Um die Sache zu vereinheitlichen, solltest du ein Titelbild entwerfen und dann auch als solches einstellen. Das kannst du am einfachsten mit [Canva](#) tun.

DEIN FEED



Dein Feed sollte hübsch sein. Und Punkt. Egal, ob du normale Bilder oder Grafiken postest.

Im Großen und Ganzen sollte dein Feed ein harmonisches Bild abgeben und nicht zusammengewürfelt aussehen.

Das schaffst du auf zwei Wegen:

1. Nutze immer die gleichen 1-2 Filter, um einen einheitlichen Look zu erschaffen.
2. Nutze eine App, um deinen Feed vorzuplanen und die Bilder so anzuordnen, dass es gut aussieht. (Mein Tipp: [Planoly](#) oder [Preview](#))

BONUS: FEEDGESTALTUNG

Ich habe dir ja zu Beginn einen Bonus versprochen und den sollst du auch bekommen. Deinen Feed durch einen Filter und eine Planungs-App einheitlich zu gestalten, ist nur das Fundament. Das sollte jeder tun.

Du kannst aber noch einen Schritt weitergehen und ein wahres Kunstwerk aus deinem Feed machen. Somit wirst du dem ästhetischen Anspruch an Instagram-Bilder noch mehr gerecht und wirst auch weitere Profilbesucher von dir überzeugen.

Dazu möchte ich dir im Folgenden ein paar Ideen geben. Wichtig ist dabei, dass du an der von dir ausgewählten auch wirklich dranbleibst!

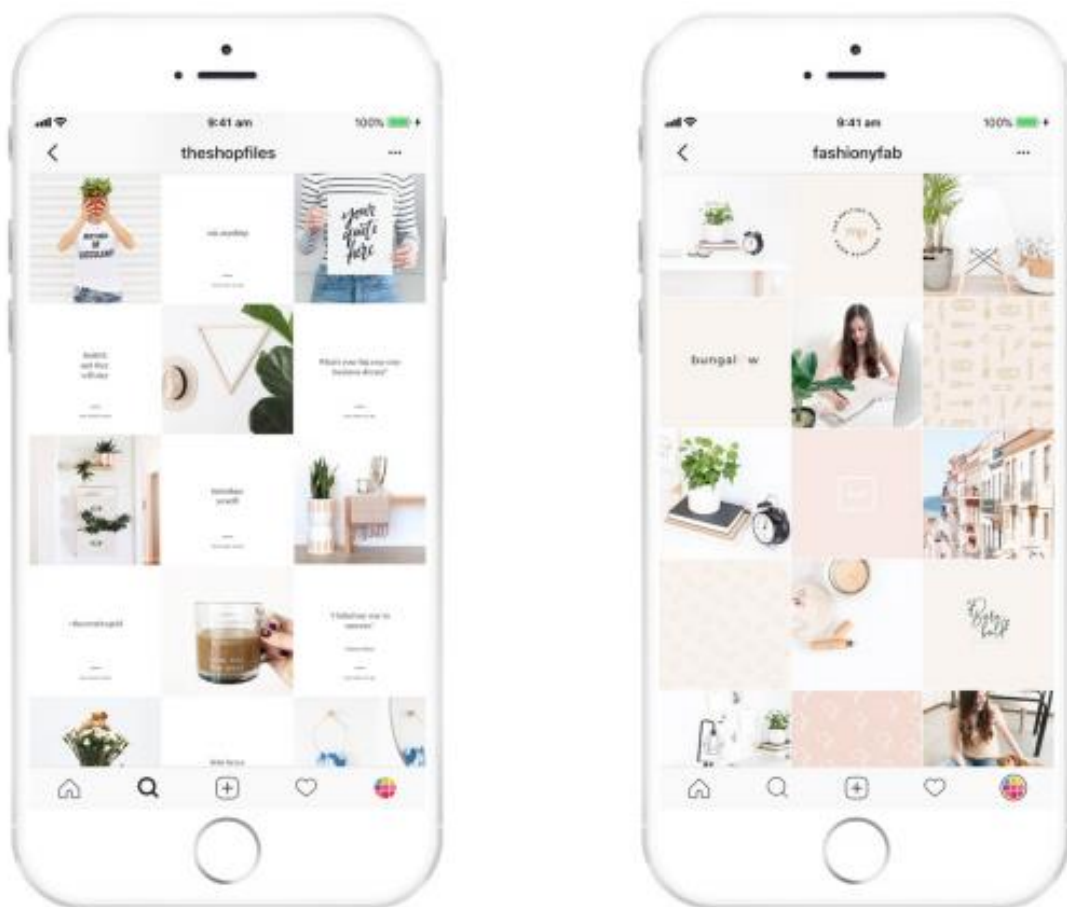
Normaler Feed

Bilder und Farbtöne sind aufeinander abgestimmt.



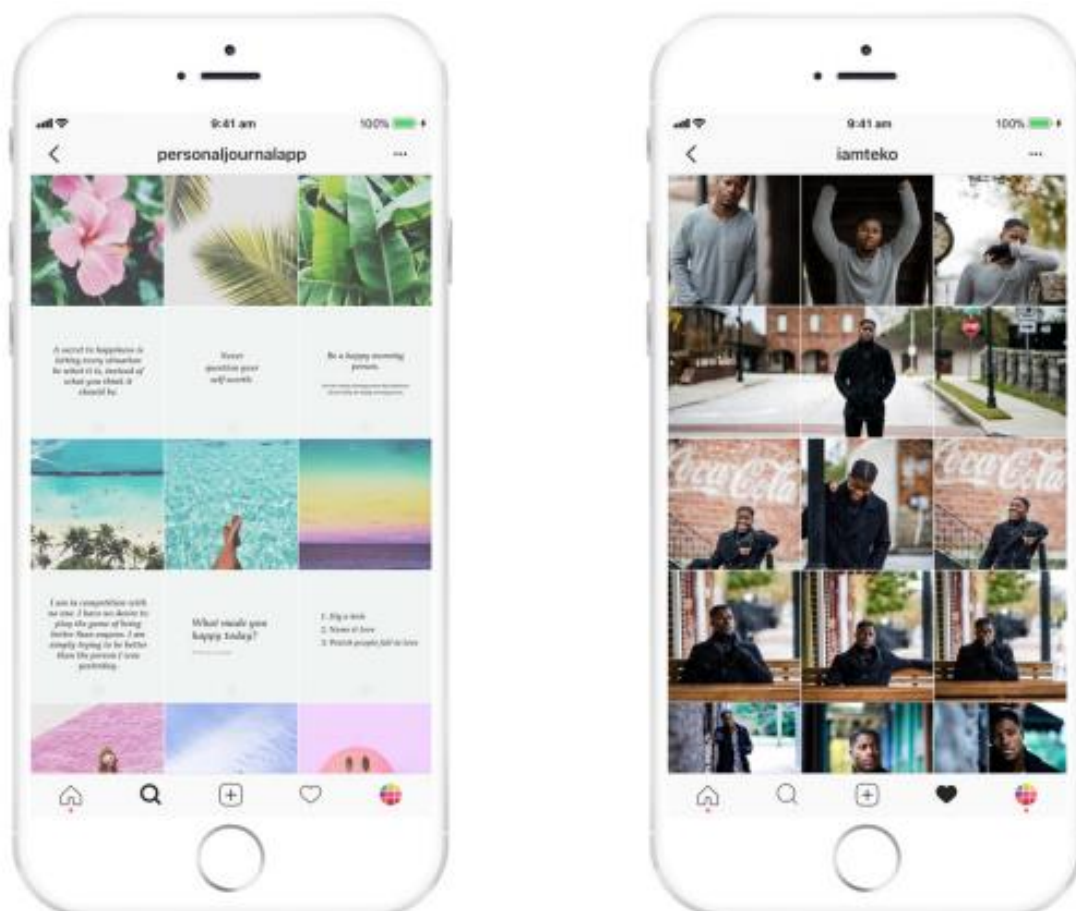
Kacheln

Dabei wechselst du ein normales Bild mit einem Zitat oder Muster ab. So entsteht ein Kachelmuster.



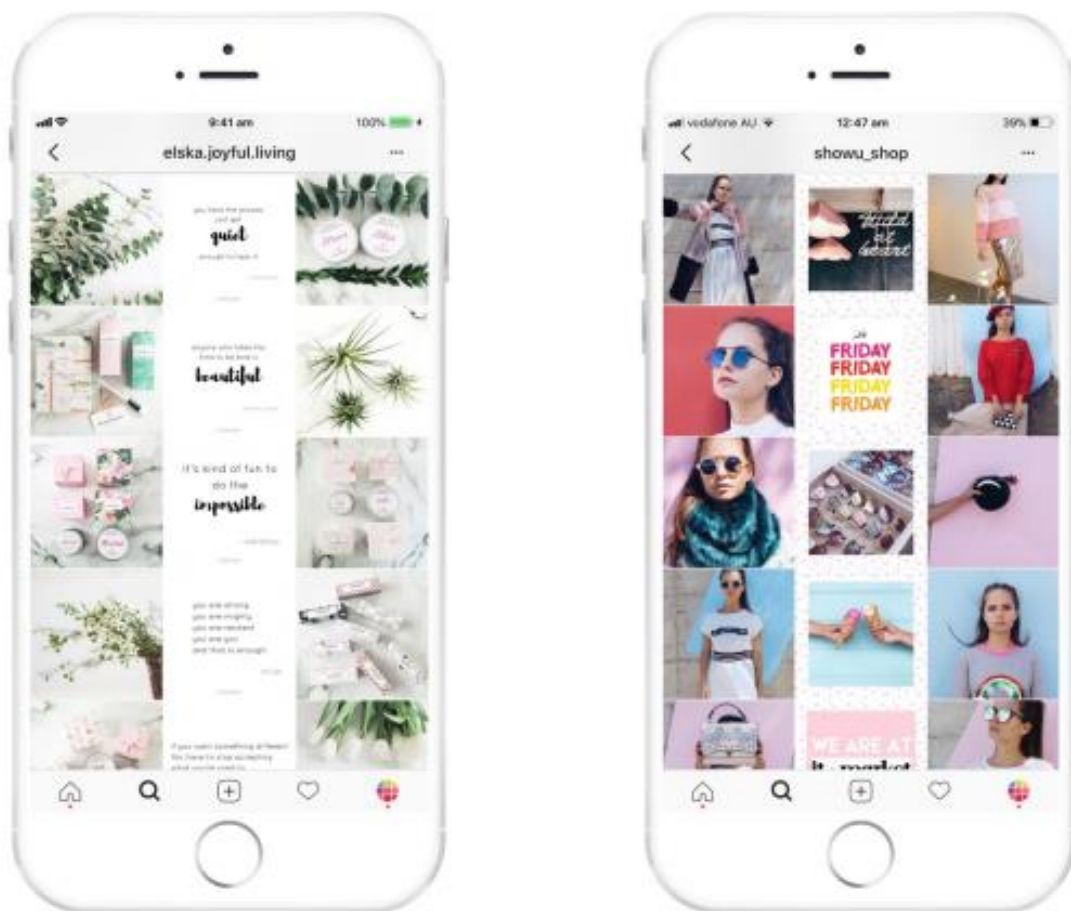
Horizontale Reihen

Jede Reihe bekommt sozusagen ein eigenes Thema.
Du kannst das entweder mit Bildern machen, die sich ähneln oder einen Zusammenhang haben. Oder du wechselst Bilder mit Schrift/ Zitaten/ Tipps ab.



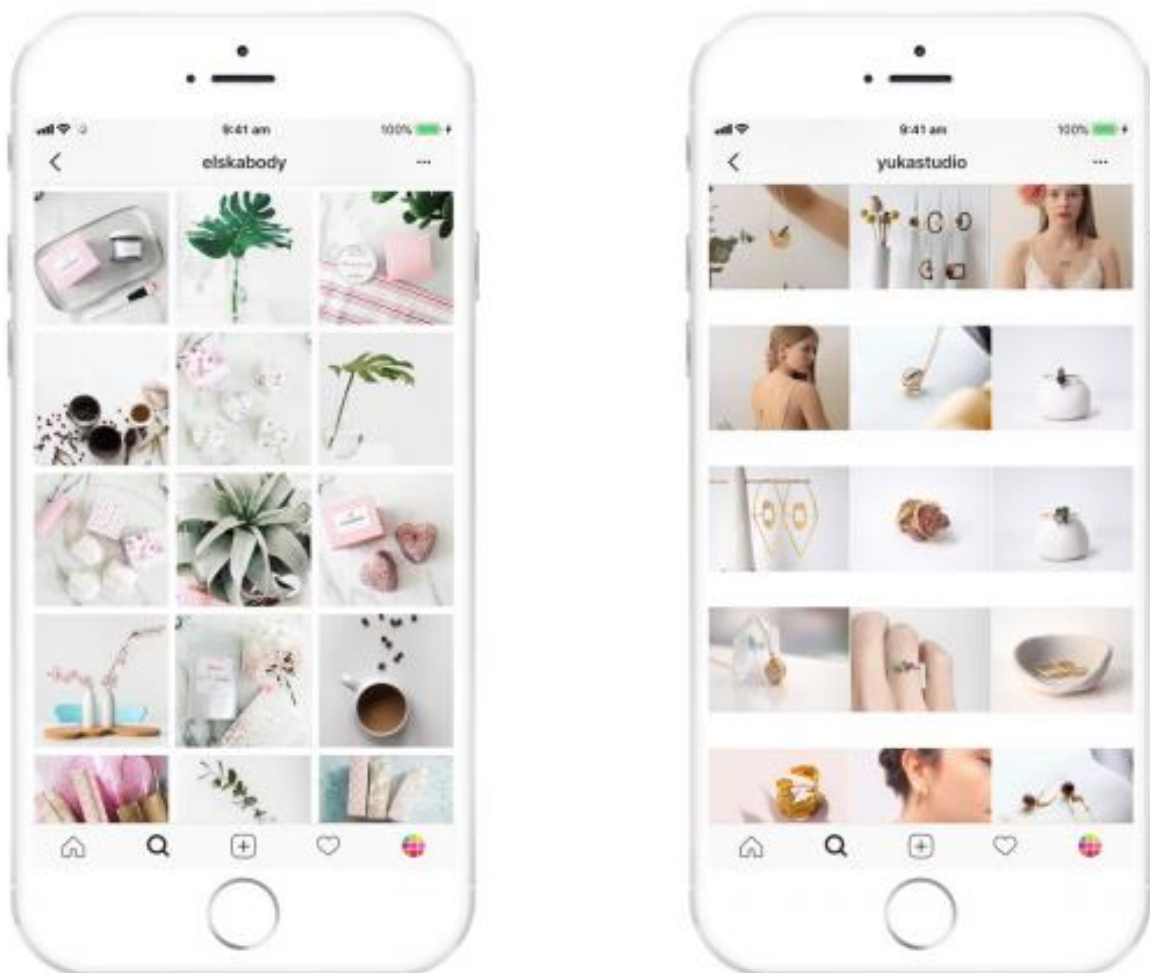
Vertikale Reihen

Dabei kannst du eine Reihe anders machen oder du gestaltest alle drei Reihen mit einem eigenen Thema.



Ränder

Es gibt verschiedene Apps oder Bildbearbeitungsprogramme, mit denen du weiße, schwarze oder farbige Ränder zaubern kannst. Schau einfach, welche Farbe und welcher Stil am besten zu dir passt.



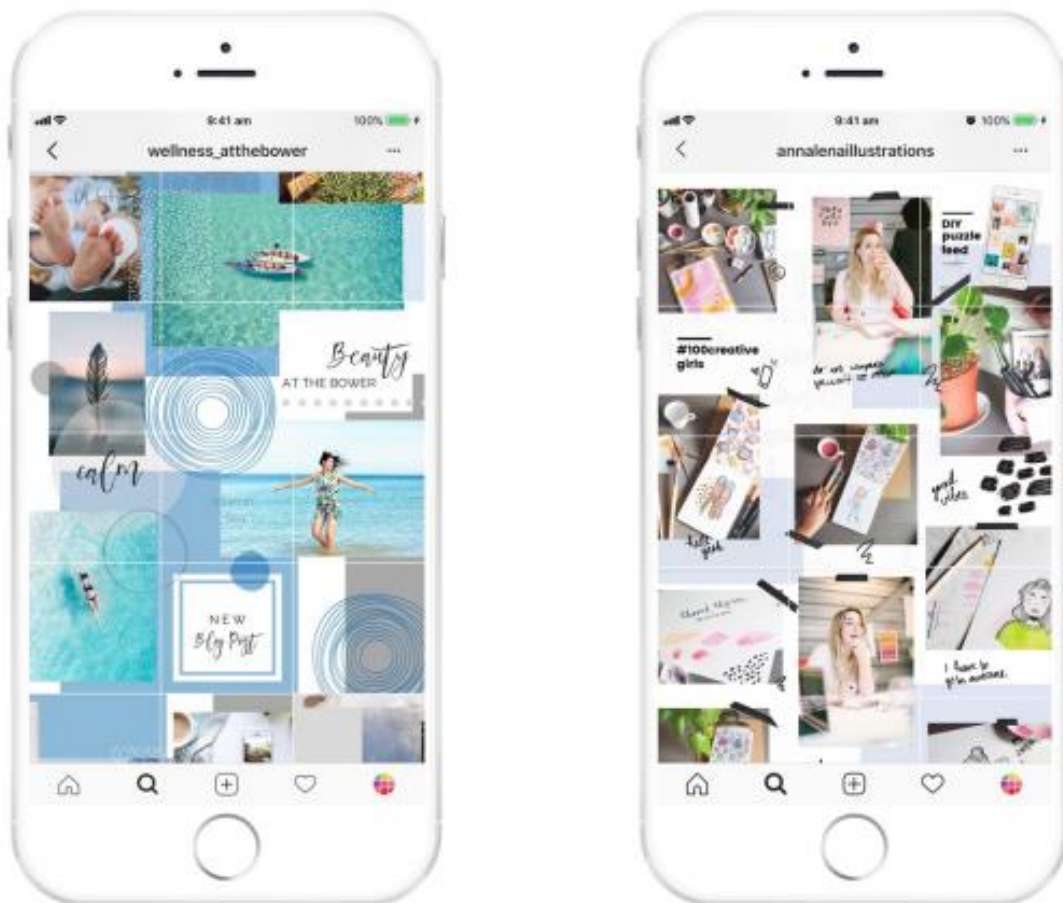
Regenbogen

Der Regenbogen-Feed hat es in sich. Hier ist viel Planung gefragt und ein gutes Auge wichtig.



Puzzle Feed

Der aufwendigste, aber beeindruckendste Feed ist der Puzzle Feed. Hierbei ergänzen sich mehrere Bilder und fügen sich im Feed zusammen. Hier ist aber wichtig, dass jedes Bild für sich allein immer noch einen Sinn ergibt (und Mehrwert liefert).



DANKE

Zum Schluss möchten wir uns bedanken, dass du dir den Profil Optimierer geholt hast.

Fandest du den Input des Profil Optimierers hilfreich?

Dann wirst du durch die Instagram Academy noch mehr Erfolge einfahren. In diesem Videokurs erfährst du komplett alles, was du 2020 für deinen 100 %-igen Erfolg auf Instagram brauchst.

[Hier kannst du die IGA 3 Tage kostenlos testen \(hier klicken\).](#)



Colin und Lee-Anne, Gründer von Val X

