

Blog: Social Media Marketing – Was kann Instagram? (Basiswissen)

mit Winona Bach (IGFT)

Erste Marketingschritte

Ziele setzen

- Welches ist/sind mein/e Ziel/e?
 - Neues Publikum gewinnen
 - Bestehendes Publikum halten/informieren
 - Ticketverkauf
 - Networking
 - Dienstleistungen/Produkte anbieten
 - Information aufbereiten
- Alles, was nicht den gesetzten Zielen entspricht, wird weggelassen.
- Es muss auf den ersten Blick erkennbar sein, worum es auf meinem Profil geht.
 - ➔ Die Aufmerksamkeitsspanne auf Social Media (SoMe) ist sehr kurz und das Angebot groß

Zielgruppe festlegen

- Wen will ich erreichen?
 - Publikum
 - Workshopteilnehmer:innen
 - B2B
 - Mitglieder
 - Arbeitgeber:innen, Caster:innen, Agenturen
- 1-3 Personas erstellen = fiktiver Lebenslauf von Personen aus meinem Zielpublikum
 - „trockene“ Fakten wie Alter, Wohnort, Beruf, evtl. Familienstatus/Anzahl Kinder
 - Hobbies, Interessen, Weltanschauung
 - Bedürfnisse und Probleme → Wie kann ich diese befriedigen/lösen?
 - Persona-Generator: <https://www.hubspot.com/make-my-persona>

Angebot festlegen

- Wie kann ich die Bedürfnisse meiner Zielgruppe befriedigen?
- Welche ist meine Unternehmens-/Arbeitsphilosophie?
- **Storytelling!**
 - z.B. Warum habe ich Kollektiv xy gegründet?
 - Was mache ich und warum?

Redaktionsplan erstellen

- Was poste ich wann?
- Wie oft poste ich? (Regelmäßigkeit!)
- Auf welchen Kanälen?

ig freie theaterarbeit

- Welches Material brauche ich dafür? (vorher mit Fotograf*innen/Videoproduzent*innen absprechen)
 - ➔ Im Idealfall wird für mind. eine Woche Content vorgeplant
 - ➔ Content Planer Tools: FB Business Suite Planer, Trello, Later, Notion etc.

Eine klare Bio erstellen

- Unmissverständlicher Benutzername
- Aussagekräftiges Profilbild o. Logo
- Profilname: Vor- u. Nachname, Firmenname, evtl. Ort
- Art des Profils (Business, Creator)
- Kurze Beschreibung der Person/Kollektiv etc.; wer man ist und was auf dem Profil passiert
- Einfache Domain der Website
- Link in Bio
- Adresse
- Kontaktmöglichkeit (E-Mail, Tel.)

Business- oder Creatorprofil?

- **Businessprofil:** setzt eine Facebookseite voraus, mit der man das Konto verlinkt
- **Creatorprofil:** braucht keine Facebookseite (sinnvoll für Einzelpersonen)
 - ➔ Vorteile: Erweiterte Kontaktangaben, **Insights**, Möglichkeit Werbung zu schalten

Mit den Insights könnt ihr **Monitoring** betreiben, d.h. ihr bekommt einen von Instagram aufbereiteten Überblick über eine Menge Daten zu eurem Content und dem Profil, z.B. Reichweite, Anzahl an Likes, Kommentaren, Interaktionen, neue und beendete Abonnements etc.

Link in Bio

Instagram unterstützt keine anklickbaren Links in den Captions, deswegen sollte alles, was über eine einfache Domain (z.B.: freietheater.at) hinausgeht vermieden werden. In die Bio kann man einen einzigen Link einfügen. Hierfür könnt ihr sogenannte Link-in-Bio-Programme verwenden, die einen persönlichen Link generieren, hinter dem ihr viele weitere Links hinterlegen könnt. In der Caption kann man dann ganz einfach auf den Link in der Bio hinweisen. Die gängigsten Programme sind:

- <https://lnk.bio>
- <https://linktr.ee>
- <https://later.com>

Beiträge gestalten

Captions

- ✓ Absätze machen
- ✓ Emojis verwenden
- ✓ Storytelling
- ✓ Eine Frage stellen, um die Interaktion anzuregen
- ✓ Einen (oder mehrere) eigene Hashtags verwenden ➔ bis zu 30 Hashtags pro Beitrag möglich
- ✓ Problem? – Lösung!
- ✓ Handlungsaufforderung am Ende

ig freie theaterarbeit

- ✓ Auf Link in Bio hinweisen
- ✓ Einfach und verständlich (Erklär's mir als wäre ich fünf!)
- ✓ Speichern = Super-Like

Personen markieren und Ortsangabe

- Beiträge mit Ortsangabe bekommen mehr Likes → User:innen können Relevanz einschätzen
- Personen markieren, die im Beitrag zu sehen sind oder in der Caption erwähnt werden
→ Beitrag scheint in ihrem Profil unter markierten Bildern auf

Foto- und Videocontent

- Qualitative Fotos & Videos sind das A und O → am besten professionell anfertigen lassen
- Bilder, auf denen Personen zu sehen sind, bekommen bis zu 70% mehr Likes, weil Gesichter Emotionen auslösen
- Beschränkt euch auf wenige Farben (einheitliches Profil)
- Text in Grafiken oder Captions einbauen (Canva)
- Feed vorplanen in Apps (z.B. Preview)
- Platz für euch: **Hochkantfotos !!**
 - Euer Beitrag nimmt den größtmöglichen Platz ein (Format 4:5)
 - Mit Fotograf:innen Pressefotos vorher absprechen, dass ihr extra Formate für SOME benötigt
- Beiträge mit Text sollten in quadratischem Format (1:1) gepostet werden, damit der Text in der Vorschau auf dem Feed zentriert ist

Stories & Highlights

- Stories erscheinen in einer Leiste über der Startseite und sind nur 24h sichtbar
- Nutzt alle Funktionen – Sticker, Umfragen, Hashtags, Markierungen, **neuerdings auch Links**
- Highlights sind Stories, die unter einen Begriff gespeichert werden und somit länger als 24h sichtbar sind
- Für mehr Reichweite die eigenen Beiträge in der Story posten
- Facebook- und Instagramstories verbinden und gleichzeitig posten
- Personen markieren, damit sie die Story in ihrer eigenen Story reposten können und so noch mehr relevante User:innen erreichen

Videos

- IGTV-Videos können bis zu 15 Minuten lang sein
 - ➔ sollte nicht länger als 5 Minuten sein – mobile Formate werden oft zwischendurch geschaut
 - ➔ für längere Videos YouTube nutzen und auf Instagram einen Teaser posten
- Bei Videos immer drauf achten, Untertitel einzufügen
 - ➔ Bei IGTV kann man automatische Untertitel hinzufügen lassen
- Möglichst Hochkantformat → evtl. Teaser mit Videoproduzent:innen absprechen
- Videocontent ist stark im Rennen!

ig freie theaterarbeit

Reels

- Seit 2020 – Konzept von TikTok übernommen
- Videos in Endlosschleife in einem eigenen Feed
- Wird stark vom Algorithmus gepusht
- Reels können 15, 30 oder 60 Sekunden lang sein
- User:innen entscheidet in den ersten 2 Sekunden, ob sie weiterscrollen
- Große Auswahl an Musik

Weiterführende Links

Artikel über Instagram in der *gift 04/2020* ab S.49 (Stand 2020): https://freietheater.at/wp-content/uploads/2021/01/gift4-2020_online.pdf

Facebook: [IG Freie Theaterarbeit](#)

Facebook Gruppe: [IGFT Mitglieder Community](#)

Instagram: [@ig_freietheater](#)